

# Käyttäjännovaatiot videopeliteollisuudessa: Tutkielma asenteista ja käytännöistä

Organisaatiot ja johtaminen  
Maisterin tutkinnon tutkielma  
Hannu Saarinen  
2009

**Markkinoinnin ja johtamisen laitos**  
HELSINGIN KAUPPAKORKEAKOULU  
HELSINKI SCHOOL OF ECONOMICS



HELSINGIN KAUPPAKORKEAKOULU  
Markkinoinnin ja johtamisen laitos



## KÄYTTÄJÄINNOVAATIOT VIDEOPELITEOLLISUUDESSA

Tutkielma asenteista ja käytännöistä

Organisaatiot ja johtaminen  
Pro Gradu –tutkielma  
Hannu Tapani Saarinen k77329  
Kevät 2009

Hyväksytty laitoksen johtajan päätöksellä \_\_\_\_/\_\_\_\_ 200\_\_

arvosanalla \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# HELSINGIN KAUPPAKORKEAKOULU

Organisaatiot ja johtaminen, Pro Gradu -tutkielma  
Hannu Tapani Saarinen

## Käyttäjännovaatiot peliteollisuudessa: Tutkielma asenteista ja käytännöistä

Opinnäytetyöni tarkoituksena on tutkia videopeliteollisuuden käyttäjännovaatioihin liittyviä asenteita ja käytäntöjä. Työssäni ei ole etukäteen asetettuja hypoteeseja, vaan pyrkimykseni kartoittaa ilmiötä ja kuvata siihen liittyviä käytäntöjä ja asenteita rikkaasti ja monipuolisesti. Asenteiden suhteen olen erityisen kiinnostunut juuri käyttäjien ja harrastajien asenteista ja toimista käyttäjännovaatioita kohtaan. Pyrin kuvaamaan käytäntöjä ammattikirjallisuuden, sosiaalisten, teknisten, integraatio- ja tukikäytäntöjen sekä kaupallistamiskäytäntöjen näkökulmasta. Näkökulmani on vahvasti käytännön tasolla.

Lähestymiseni aiheeseeni on hyvin laadullinen, sillä katson kyseisellä tavalla saavani mahdollisimman monipuolista ja rikasta tietoa käyttäjännovaatioista, käyttäjiltä sekä käyttäjäyhteisöistä. Aineistoni työtäni varten olen kerännyt haastattelemalla peliteollisuuden edustajia, käyttäjille suuntaamani laajan asennekyselyn avulla, pelialan ammattikirjallisuuteen tutustumalla sekä käyttäjäyhteisöjen monipuolisella tarkkailulla ja analyysillä. Tämän monipuolisen aineiston avulla pyrin rakentamaan mahdollisimman hyvän ja käytännönläheisen kuvan ilmiöstä ja siihen liittyvistä seikoista.

Havaintojeni mukaan käyttäjännovaatiot eivät ole enää marginaalinen ilmiö pelikulttuurin kentässä. Käyttäjännovaatioiden käyttäjät ovat pääosin vannoutuneita harrastajia, mutta ilmiö on levinnyt 2000-luvun aikana nopeasti läpi koko pelikulttuurin. Käyttäjännovaatiot tarjoavat myös tarkasteltavaksi kiinnostavan symbioosin kaupallisen ja ei-kaupallisen toiminnan välillä. Pelialan käyttäjännovaatiot vaativat kaupallisten toimijoiden panosta, mutta ne luodaan pääosin innokkaiden käyttäjien ja harrastajien voimin. Käyttäjännovaatioiden merkitykset harrastajille ovat mitä monipuolisimmat, joista innovatiivisuus todella on kärkipäässä.

Käyttäjännovaatioita on monia hyvin erilaisia, jotka vaihtelevat laajuudeltaan, laadultaan sekä teknisiltä vaatimuksiltaan mitä huomattavimmin. Käyttäjännovaatioita usein kehitetään käyttäjäyhteisöissä, joissa käyttäjät vuorovaikutuksessa kehittävät innovatiivisia tuotteita eteenpäin. Käyttäjäyhteisöt toimivat myös sosiaalisina kohtauspaikkoina sekä paikkoina, joissa peliharrastajat jakavat kokemuksia keskenään. Käyttäjännovaatioiden kehitys on pääosin erittäin sosiaalista, monenkeskeistä ja avointa toimintaa. Havaittu hierarkia on käyttäjäyhteisöissä hyvin usein löyhä ja perustuu havaintojeni mukaan meriitteihin ja ansioihin. Tekniset käytännöt pyrkivät tukemaan sosiaalisia käytäntöjä erilaisten työkalujen ja tarpeellisten komponenttien muodossa.

Kaupallisten peliyhtiöiden ja käyttäjien välinen tiedonkulku innovaatioiden suhteen vaikuttaisi olevan varsin pientä. Tämä johtaa siihen, että yhteistyötä käyttäjännovaatioiden suhteen ei juuri ole, ja useimmat käyttäjäyhteisöt ovat autonomisesti käyttäjien organisoimia. Käyttäjäyhteisöt ja käyttäjät ovat hyvin vahvasti myös verkostoituneita pelialalla, jolloin tieto käyttäjännovaatioista leviää hyvin nopeasti käyttäjien välillä. Kaiken kaikkiaan, käyttäjännovaatiot ovat hyvin monipuolinen ja kiinnostava ilmiö tutkittavaksi.

*Avainsanat: Käyttäjännovaatio, pelit, yhteisö, käytäntö, asenteet*

## Sisällysluettelo:

Sisällysluettelo – s. 1-3

### 1. Johdanto – s. 4-5

1.1 Tutkimuskysymykset ja niiden merkitys – s. 6-8

1.2 Käyttäjännovaatioiden merkitys tutkimuksessani – s. 8-9

1.3 Videopeliteollisuuden määritelmä – s. 9-10

1.4 Tutkimusaiheen rajaukset – s. 10–12

### 2. Käsitteistö – s. 13–17

### 3. Kirjallisuuskatsaus – s. 18–19

3.1 Avoin innovaatio sekä käyttäjännovaatiot – s. 19–24

3.2 Open source ja käyttäjäyhteisöt – s. 24–30

3.3 Peliteollisuus ja käyttäjännovaatiot – s. 30–34

### 4. Käyttäjännovaatiot peliteollisuudessa – s. 35

4.1 Pelikulttuurin käyttäjännovaatioiden historia – s. 36-

*4.1.1 Pelihistorian alkujuuret - s. 36*

*4.1.2 Käyttäjännovaatioiden aamunkoitto - s. 36*

*4.1.3 Peliyrittysten ja loppukäyttäjien yhteistyön alku - s. 36–37*

*4.1.4 Käyttäjännovaatioiden nykytilanne pelimaailmassa - s. 37–38*

4.2 Käyttäjännovaatioiden merkitys ja ominaisuudet - s. 38-

*4.2.1 Käyttäjännovaatioiden ominaisuudet - s. 38–48*

*4.2.2 Käyttäjännovaatioiden merkitys - s. 48–52*

4.3 Käyttäjännovaatioiden keskeiset toimijat ja toimintaympäristö - s. 52

*4.3.1 Toimijat pelialan käyttäjännovaatioiden parissa - s. 52–56*

*4.3.2 Käyttäjännovaatioiden toimintaympäristö - s. 56–64*

4.4 Käyttäjännovaatioiden kaupalliset mahdollisuudet - s.64

*4.4.1 Vahvuudet ja mahdollisuudet - s. 65–66*

*4.4.2 Uhat ja heikkoudet – s. 66–68*

- 5. Metodologia ja kerätty empiirinen aineisto – s. 69
  - 5.1 Internet-kysely pelaajien asenteista käyttäjännovaatioita kohtaan – s. 69–71
  - 5.2 Haastattelut suomalaisten peliyritysten edustajien kanssa - s. 71–72
  - 5.3 Ammattikirjallisuuden analyysi - s. 72–73
  - 5.4 Käyttäjäjyhteisöiden, yritysten ja pelien havainnointi – s. 73–75
  - 5.5 Tutkimuksen luotettavuudesta ja validiteetista – s. 75-
    - 5.5.1 *Luotettavuus – s. 75–77*
    - 5.5.2 *Validiteetti – s. 77–78*
  - 5.6 Huomioita kokemuksen vaikutuksesta työhöni – s. 78–79
  
- 6. Käyttäjien asenteet käyttäjännovaatioita kohtaan - s. 80
  - 6.1 Käyttäjien aktiivisuus käyttäjännovaatioiden suhteen - s. 80–84
  - 6.2 Käyttäjien asenteet käyttäjännovaatioita kohtaan - s. 84–93
  - 6.3 Käyttäjien osallistuminen käyttäjännovaatioiden luontiin - s. 93–100
  - 6.4 Näkemykset käyttäjännovaatioiden tulevaisuudesta – s. 100–105
  - 6.5 Pelinkehittäjien näkemyksiä käyttäjännovaatioihin – s. 105–109
  
- 7. Peliteollisuuden käyttäjännovaatioiden käytännöt - s. 110–113
  - 7.1 Käyttäjännovaatioiden käytännöt pelialan ammattikirjallisuudessa - s. 113
    - 7.1.1 *Käytännöt ammattikirjallisuudessa - s. 113–115*
    - 7.1.2 *Syitä käyttäjännovaatioiden käsittelyn puutteelle ammattikirjallisuudessa – s. 115–121*
    - 7.1.3 *Yhteenveto – s. 121–122*
  - 7.2 Käyttäjännovaatioiden sosiaaliset käytännöt - s. 122–135
  - 7.3 Käyttäjännovaatioiden tekniset käytännöt – s. 136–146
  - 7.4 Integraatio- ja tukikäytännöt käyttäjännovaatioissa – s. 146–153
  - 7.5 Käyttäjännovaatioiden kaupallistamiskäytännöt – s. 154–160
  
- 8. Johtopäätökset – s. 161–168
  
- Lähteet – s. 169–174

Liitteet – s. 175-

Liite 1: Asennekyselyn kysymysrunko s. 175

Liite 2: Haastattelujen lopullinen kysymysrunko s. 176–177

Liite 3: Kuvaukset tutkimuksen keskeisistä pelituotteista ja -yhtiöistä s. 178-180

## 1. Johdanto

Innovaatiot ja innovatiivisuus ovat pitkään maailman historiassa laskettu pääasiassa yliopistojen ja yritysten harteille (Chesbrough, 2003), mutta reilun viime vuosikymmenen aikana on noussut esiin useita ilmiöitä, jotka ovat merkittävästi muuttaneet näkemyksiämme innovaatioita kohtaan. Chesbrough (2003) merkittävässä kirjassaan kertoo, että innovaatiot sekä innovaatioiden syntymekanismit ovat leviämässä yhä laajemmalle hajautuneisiin verkostoihin, ja täten innovaatiot eivät enää pysy yksittäisten yritysten yksityisomaisuutena. Innovaatioiden kehitys, jakelu ja hyödyntäminen kuuluvat yhä suuremmalle joukolle sidosryhmiä, joten voimme katsoa tätä trendiä siirtymisenä suljetusta innovoinnista avoimeen innovaatioon, kuten Chesbrough ilmiön nimeää. Miten moneen teollisuuden tai palvelualan haaraan tämä edistysellinen ajattelutapa on levinnyt tai on leviämässä on vaikeaa sanoa, mutta kuvatuunlainen kehitys on kuitenkin selvästi havaittavissa tietyillä toimialoilla.

Selvimmän vaikutus on näkynyt ehdottomasti IT-alalla, jossa varmastikin avoimen innovaation messiaana toimii Linus Torvaldsin kehittämä Linux-käyttöjärjestelmä sekä sen innoittama Open Source –liike (kts. termistö). Tämä edustaa avoimen innovaation pisimmälle vietyä muotoa, jossa myös käyttäjät pääsevät vapaasti hyödyntämään, kehittämään ja innovoimaan eteenpäin jo olemassa olevia ohjelmistoja. Kuten työni otsikkoni kertoo, nämä ovat käyttäjäinnovaatioita, joita tulen työssäni tutkimaan. Open Source -metodista ja Linux-käyttöjärjestelmästä on kirjoitettu jo melko paljon, joten päätin suunnata työssäni katseen vähemmän tutkituille niityille, videopeliteollisuuteen.

Peliteollisuus sekä pelaajat ovat myös ottaneet viimeisen vuosikymmenen aikana yhä enenevässä määrin käyttäjäinnovaatioita omakseen. Mielenkiintoiseksi asian tekee etenkin se, että peliala on viimeisen vuosikymmenen kuluessa kasvanut todella merkittäväksi teollisuuden alaksi (FIGMA (2009), ESA (2008)). Siltikin pelit ja peliteollisuus ovat kovin vähän tutkittu aihealue, sen taloudellisesta merkityksestä huolimatta. Eskelinen (2005, saate) toteaaakin osuvasti raporttinsa saatepuheessa: ”Liiketoiminnan näkökulmasta peliteollisuuden ja pelillisyyden vaikutuksia ei ehkä vielä osata tunnistaa”. Itse näenkin merkitykselliseksi, että peliteollisuuden mahdollisuuksia tutkitaan juuri sen innovaatiopotentialin ja suomalaisen peliteollisuuden mahdollisuuksien vuoksi. Itse näenkin peliteollisuuden käyttäjäinnovaatiot erittäin kiinnostavana ja hyödyllisenä mahdollisuutena tarkastella miten käyttäjät innovoivat,

miten käyttäjät voidaan saada mukaan innovoimaan ja mitä mahdollisuuksia se tarjoaa liiketoiminnan näkökulmasta.

Tämän työn tarkoituksena on tutkia lähemmin pelialan käyttäjänovaatioiden käytäntöjä ja harrastajien asenteita niitä kohtaan. Tämä saattaa alkuun kuulostaa melko suurelta palalta yhdelle tutkimukselle. En kuitenkaan ole liian huolestunut asiasta. Näkemykseni on, että pelialan tutkimus on tänä päivänä vielä melko pienimuotoista ja suuri osa kiinnostavista tutkimusaiheista on vielä liki koskemattomia, joten mielestäni on parempi tarkastella käyttäjänovaatioita hieman laajemmalla alalla, kuin tarkkana pistemäisenä tutkimuksena tiettyyn pelien käyttäjänovaatioiden osa-alueeseen. Tarkka tutkimus saattaa antaa aiheestaan tarkempaa tietoa, mutta sitä on vaikeaa yhdistää suurempaan kontekstiin, jos tutkimuskonteksti ja -ympäristö itsessään on vielä puutteellisesti kuvattu. Täten olen päätenyt hieman laajempaan kysymyksenasetteluun, mutta katson että työstä muodostuu silti yhtenäinen ja selkeä kokonaisuus pelialan käyttäjänovaatioista.

Tutkimuskysymyksiksi olen asettanut kaksi toisiinsa liittyvä kokonaisuutta: 1. Miten pelaajat suhtautuvat käyttäjänovaatioihin? 2. Mitä erilaisia käytäntöjä käyttäjänovaatioihin liittyy? Asia on varsin monitahoinen, sillä siihen liittyvät sekä sosiaaliset ja tekniset käytännöt että peliyritysten panos ja luonnollisesti myös käyttäjänovaatioiden liiketaloudelliset mahdollisuudet. Pintapuolisesti pelialan käyttäjänovaatiot näyttävät hyvin samankaltaisilta kuin Open Source –liikkeen luomukset, mutta juuri lähemmällä käytäntöjen ja toimintatapojen tarkastelulla merkittäviäkin eroja alkaa löytymään. Mielestäni onkin väärin ja vastuutonta vetää suoria johtopäätöksiä aiemmista muiden alojen tutkimuksista peliteollisuuteen. Peliteollisuus ansaitsee itsenäisenä ja luovana alana laaja-alaisempaa ja spesifimpää tutkimusta kuin tähän asti sille on annettu. Nöyrä aikomukseni työssäni on pyrkiä tähän tavoitteeseen, sillä peliteollisuus on nuori ja villi ala, jolla on mielestäni vielä paljon mielenkiintoista annettavaa eri tieteen aloille.

Peliala on edelleen jatkuvassa muutoksessa, kun se on muovautumassa harrastetoiminnasta vakavasti otettavaksi teollisuudenalaksi. On kiinnostavaa nähdä, onko käyttäjänovaatioilla tulevaisuudessa suurempikin rooli tämän kiinnostavan teollisuuden alan sisäisessä logiikassa vai jääkö ilmiö pelkäksi kuriositeetiksi. Nyt on kuitenkin aika tarkastella asioiden nykytilaa ja tutkia mitä annettavaa käyttäjänovaatioilla on pelialalle ja mitä käytäntöjä käyttäjänovaatioihin tarkkaan ottaen liittyy.



## 1.1 Tutkimuskysymykset ja niiden merkitys

Johdannossa kerroin pääpiirteittäin tutkimuskysymyksistäni, mutta katson että ne vaativat hieman lisäselvitystä, jotta työstäni saa riittävän kokonaiskuvan. Tutkimukseni käsittelee kahta suurta tutkimuskysymystä:

1. Mitkä ovat käyttäjien asenteet käyttäjännovaatioita kohtaan peliteollisuudessa?
2. Mitä erilaisia käytäntöjä peliteollisuuden käyttäjännovaatioihin liittyy?

Alkusilmäyksellä nämä tutkimuskysymykset saattavat vaikuttaa varsin irrallisilta toisistaan, mutta itse näen tilanteen tyystin päinvastoin. Käytäntöjen ja asenteiden välinen linkki on käyttäjännovaatioita tutkittaessa erittäin oleellinen. Asenteet selittävät käytäntöjä ja päinvastoin. Käyttäjännovaatiot ovat lähtöisin käyttäjien oletetusta innostuksesta, joka myös pitää käyttäjännovaatiokulttuuria yllä (mm. Lakhani & von Hippel (2003); Hertel, Niedner & Herrmann (2003)). Näiden kahden tutkimuskysymyksen avulla pystyn muodostamaan eheämmän kokonaisuuden, kuin silloin jos vain tutkisin pelkkiä käytäntöjä ilman selvitettyjen asenteiden asettamaa taustakontekstia. Seuraavaksi esittelen hieman syitä, miksi olen valinnut kyseiset tutkimuskysymykset työni aiheeksi ja mitä mahdollista annettavaa kyseisten kysymysten pohtimisella on innovaatiotutkimukselle.

### *Miksi asenteet?*

Kuten aiemmin mainitsin, osa valintani syystä on siinä, että pystyn kirjoittamaan asennetutkimuksen avulla eheämmän ja selittävämmän työn kuin ilman asenneilmapiirin analyysiä. Toinen syy on, että asenteiden tutkiminen myös mielestäni rikastaa huomattavasti tämän työn antia. Metodologia osuudessa tulen esittelemään, miten olen jakanut asenteiden tutkimuksen tiettyihin olennaisiin osa-alueisiin. On itsessäänkin erittäin kiinnostavaa tutkia, miten käyttäjät pelimaailmassa lähestyvät tätä varsin uutta ilmiötä ja ottavat sitä omakseen. Kolmanneksi, asenteiden tutkimus antaa mahdollisuuden asettaa käyttäjien että peliyriyten asenteet uutta ilmiötä kohtaan vertailuun. Vertailuasetelmasta on mahdollista löytää monia kiinnostavia pointteja, jotka saattavat joko edistää tai haitata käyttäjännovaatioiden kehitystä.

Lisäksi kaikkien näiden kiinnostavien seikkojen löydökset heijastuvat myös olemassa käytäntöihin.

### *Miksi käytännöt?*

Asenteiden tutkimus on tärkeä osa työtäni, mutta itse katson että käytäntöjen tutkimus on Pro Gradu –työni vähintään yhtä tärkeä tavoite. Useimmat käyttäjännovaatioita koskevat artikkelit, erinomaisetkin sellaiset, tarkastelevat tätä varsin uutta ilmiötä hyvin yleisellä ja teoreettisella tasolla. Itse kuitenkin näen, että on erittäin kiinnostavaa ryhtyä tutkimaan aihetta juuri käytännön tason näkökulmasta. Tämän näkökulman puute on huomattu kirjallisuudessaakin (Scacchi, 2004). Myös luotuja teoriakehyksiä on toivottu sovellettavan ja testattavan myös muilla toimialoilla, kuten juuri tietotekniikka-alalla (Baldwin, Hienerth & von Hippel, 2006).

Kiinnostuksen keskiössä ovat kuitenkin käyttäjännovaatiot itse. Kyseessä on kuitenkin varsin uudenlainen työn ja sisällön organisointirakenne, johon vanhat ja perinteiset menetelmät eivät välttämättä sovellu. On kiinnostavaa nähdä, miten pelaajien yhteisöt ovat ratkaisseet tekniset ja sosiaaliset pulmansa käytännössä, ja mitä ongelmia ja mahdollisuuksia uudenlainen työn organisointi on aiheuttanut. Käytäntöjä tarkkailemalla on mahdollista luoda eläväinen kuva tutkimuskohteesta, joka etenkin internetin kaltaisessa uudenaikaisessa ympäristössä jää teoriatasolla varsin kliiniseksi ja jopa vajavaiseksi. Käytännön tutkimus yhdistettynä erittäin innokkaisiin pelaajien harrastajayhteisöihin ja dynaamiseen peliteollisuuteen voi tuottaa erittäin rikasta tietoa verkon toimijoiden dynamiikasta ja nykytodellisuudesta.

Olen jakanut käytäntöjen tutkimuksen viiteen eri osa-alueeseen: 1. Dokumentoituihin käytäntöihin 2. Sosiaaliin käytäntöihin 3. Teknisiin käytäntöihin 4. Integrointi ja tukikäytäntöihin 5. Kaupallistamiskäytäntöihin. Luonnollisesti en voi, enkä pyrikään, selittämään tyhjentävästi kaikkia pelimaailman käyttäjännovaatioihin liittyviä käytäntöjä. Tämä työ kuitenkin toivon mukaan toimii päänavauksena tähän kiinnostavaan aihepiiriin ja hieman valottaa käytäntöjä ja rakenteita teorioiden takana. Kuten mainitsin, on mielestäni tärkeää avartaa vähän tutkitun aihepiirin ymmärrystä hieman laajemmalla tutkimuksella kuin kapeaan sektoriin puretuvalla tarkalla työllä, joka saattaa jättää suuremman kokonaisuuden aivan yhtä sumun peittoon kuin ennenkin. Laajempi tutkimus puolestaan voi hyvin avata uusia uria, joita pitkin tutkimusta voi jatkaa yhä tarkempaan ja spesifimpään suuntaan.

Tulen selittämään asenteiden ja käytäntöjen osa-alueet tarkemmin niiden omissa empiirisissä osioissaan myöhemmin työssäni.

## 1.2 Käyttäjännovaatioiden merkitys tutkimuksessani

### *Mitä ovat käyttäjännovaatiot?*

Baldwin, Hienert & von Hippel (2006, s.1291) määrittelevät artikkelissaan käyttäjännovaatioiden lähtökohdaksi sen, että käyttäjät havaitsevat uudenlaisia suunnittelu- tai käyttömahdollisuuksia ympäristössään tai tuotteissa. Näitä mahdollisuuksia käyttäjät ryhtyvät tutkimaan ja kehittämään, siten käynnistäen käyttäjälähtöisen innovaatioiminnan.

Käyttäjännovaatioita on monenlaisia. Ne voivat olla uusien ideoiden kehittämistä ja vaihtoa (von Hippel (1994), Henfridsson & Holmström (2003), olemassa olevien tuotteiden muokkaamista (Baldwin, Hienert & von Hippel (2006)) tai jopa täysin uudenlaisten tuotteiden lanseerausta (von Hippel (2007), von Hippel (1988)). Käyttäjännovaatioita on havaittu lukuisilla eri teollisuudenaloilla, joista käsittelemäni videopeliteollisuus on vain yksi monista esimerkeistä. Työssäni en käsittele koko käyttäjännovaatioiden kirjoa, vaan keskityn vahvasti videopeleille ominaiseen olemassa olevien tuotteiden räätälöintiin ja muokkaamiseen (mm. Arakji & Lang (2007), Gallagher & West (2005)).

### *Käyttäjännovaatiot tutkimukseni kontekstissa*

Käyttäjännovaatiot, joita tässä työssä käsittelem, ovat käyttäjien itse luomia uusia innovaatioita olemassa oleviin tuotteisiin tai tuottajille suunnattuja innovatiivisia ideoita tuoteparannuksia tai täysin uusia pelituotteita varten. Käyttäjännovaatiot tämän työn puitteissa voidaan siis määritellä käyttäjän mahdollisuuksiksi toteuttaa omia innovaatioitaan peliteollisuuden ja –kulttuurin kontekstissa.

Luonnollisesti käyttäjännovaatioiden käsitteeseen ja etenkin käytäntöihin tulen palaamaan useasti vielä työn aikana, mutta katsoin hyväksi esitellä näin alkuun perustasolla ideat, joita lähdän johdannon jälkeen syventämään. Työni tulee tarkastelemaan käyttäjännovaatioita

erityisesti PC-pelien puolella, ja etenkin virtuaalisia käyttäjäyhteisöjä havainnoiden. Käyttäjännovaatiot, joita työssäni käsittelen, voidaan karkeasti jakaa kahteen osa-alueeseen:

1. Loppukäyttäjien luomaan uuteen sisältöön, esimerkiksi uusien pelikenttien, modien ja patchien muodossa
2. Loppukäyttäjien antamiin ideoihin ja palautteeseen peliyrityksille.

Havaintoni painottuvat enemmän ensimmäiseen osa-alueeseen, sillä se on organisaatio- sekä innovaatiotutkimuksellisesti huomattavasti kiinnostavampi aihepiiri kuin toisen osa-alueen perinteisempi lähestymistapa. Pyrin kuitenkin ulottamaan näkökulmani molempiin mainittuihin osa-alueisiin. Tulen myös tutkimaan kaupallisten peliyritysten panosta ja suhtautumista käyttäjännovaatioihin.

Tämän lyhyen esittelyn jälkeen on hyvä lähteä etenemään ja syventämään kuvaa, miten käyttäjännovaatiot itse asiassa toimivat peliteollisuuden dynaamisessa maailmassa.

### 1.3 Videopeliteollisuuden määritelmä

Tutkimuksen alussa katson myös hyväksi määritellä, mitä tarkoitetaan videopeliteollisuudella. Videopelit ovat yleisnimitys kaikille elektronisille peleille joita pelataan näyttöpäätteen kautta, pelilaitteesta riippumatta (Wikipedia: Video Game (2009)). Täten voidaan johtaa, että videopeliteollisuus on teollisuuden haara, joka tuottaa kaupallisesti videopelejä ja muita niihin liittyviä tuotteita.

Videopeliteollisuus voidaan jakaa ohjelmisto- ja laitteistopuoleen. Ohjelmistoilla videopeliteollisuudessa tarkoitetaan useimmiten itse pelituotteita. Laitteistolla yleensä käsitetään laitteet, joilla pelituotteita voidaan käyttää tai niiden toimintaa voidaan parantaa. Laitteistoista esimerkkeinä voidaan mainita pelikonsolit, äänikortit, erilaiset peliohjaimet, videokortit ja muut laitteet, joiden voidaan katsoa liittyvän olennaisesti peleihin ja niiden toimintaan. Työssäni käsittelen pääasiassa juuri ohjelmistojen eli pelituotteiden käyttäjännovaatioita.

Videopeliteollisuuden keskeisiä toimijoita ohjelmistopuolella ovat julkaisijat ja pelistudiot. Konsolipelien puolella myös konsolivalmistajat ovat oleellisia toimijoita pelituotteiden

suhteen, mutta heidän roolinsa tutkimuksessani ei ole järin oleellinen. Pelistudiot ovat videopeliteollisuudessa osapuoli, joka kehittää ja ohjelmoi pelit. He ovat useimmiten siis luova ja innovatiivinen osapuoli pelikehityksessä. Julkaisijat useimmiten vastaavat pelien ja peliyhtiöiden rahoituksessa, julkaisemisesta ja markkinoinnista. Taloudellinen sidos julkaisijoiden ja peliyhtiöiden välillä on usein hyvin tiivis, kuten myöhemmin työssäni käy ilmi. On kuitenkin tilanteita, jolloin pelistudiot toimivat omillaan, julkaisten tuotteitaan omin voimavaroin ja itsenäisesti ilman julkaisijan tukea. Näitä pelinkehittäjiä kutsutaan itsenäisiksi (independent) pelistudioiksi.

Tutkimuksessani käytän hieman laajennettua peliteollisuuden käsitettä, joka käsittää myös ei-kaupallisen tuotannon. Käyttäjännovaatiot peliteollisuudessa syntyvät usein kaupallisen sekä ei-kaupallisen toiminnan tuloksena, jolloin itse näen myös käyttäjien toiminnan olevan osa peliteollisuuden toimintaa. Mielestäni tämä on tärkeää mainita sen vuoksi, että usein käyttäjät eivät toimi aktiivisessa yhteistyössä kaupallisten toimijoiden kanssa, vaan autonomisina yhteisinä (von Hippel (2007)). Tämä ei kuitenkaan poista sitä seikkaa, että heidän toiminnallansa on vaikutuksia myös peliteollisuuden puolella, kuten myöhemmin työssäni argumentoin. Täten näen myös käyttäjien tuotosten olevan osa peliteollisuutta.

#### 1.4 Tutkimusaiheen rajaukset

Käyttäjännovaatiot peliteollisuudessa on aiheensa puolesta hyvin laaja aihealue, joten on syytä rajata aihetta reilusti tarkemmaksi. Täten aiheen syvyys ei pääse kärsimään, pinnallinen rönsyily jää mahdollisimman pieneksi ja lukija tietää mistä työssä tarkalleen kerrotaan. Seuraavaksi tulen käsittelemään tarkempia rajoituksia, joita tulen työlleni asettamaan.

1. Rajoitan tutkielmani koskemaan ainoastaan ohjelmistopuolta peliteollisuudessa. Täten en tule käsittelemään laitteistopuolta, joka sinänsä olisi toinen kiinnostava aihe, mutta toisaalta aivan oma kokonaisuutensa. Ominaisuuksiensa puolesta kommentoin toki käyttäjännovaatioiden laitteistovaatimuksia ja olemassa olevia trendejä eri pelialustoilla, mutta muuten en tule käsittelemään laitteistoinnovaatioita työssäni. Mm. lisälaitteet, konsolimodifikaatiot ja PC-laitteisto -käyttäjännovaatiot ja muut vastaavat asiakokonaisuudet jäävät tutkimukseni näkökulman ulkopuolelle.

2. Toinen rajaukseni on keskittyä tarkastelemaan käyttäjänovaatioita, jotka tukeutuvat alkuperäisen kehittäjän/pelifirman alkuperäiseen tuotteeseen. En tule täten käsittelemään riippumattomia käyttäjänovaatioita, jotka syntyvät itsenäisesti ilman emotuotteen inspiraatiota tai teknistä pohjaa.
3. Kolmas rajaukseni koskee alustavalintoja työssäni. En tule käsittelemään matkapuhelin- tai käsikonsolipelejä niiden erilaisten teknisten ratkaisuiden sekä käyttäjänovaatiomahdollisuuden liki täydellisen puuttumisen vuoksi. Pääpaino työssäni on PC-puolen käyttäjänovaatioissa, vaikka teen myös erinäisiä kommentteja konsolien käyttäjänovaatioista ajoittain.
4. Suuri rajaus näkökulmaani on myös jättää puhtaasti tietotekniset aspektit, kuten koodaukseen, koodikieliin tai puhtaaseen pelinkehitykseen liittyvät seikat yleisesti ottaen aihealueeni ulkopuolelle. Käsittelen edellä mainitun kaltaisia kokonaisuuksia vain kun ne liittyvät tiiviisti tutkimuskysymykseeni tai kun aihepiirin parempi ymmärrys vaatii kyseessä olevien aiheiden yleistä käsittelyä. Muuten en näe, että kyseisten aiheiden käsittely antaisi lisäarvoa tutkielmalle, joka liikkuu innovaatiotutkimuksen ja liiketaloustieteiden kentällä.
5. Pelien käyttöä myös muussa kuin viihde mielessä on myös tutkittu paljon. Monen erilaisen kontekstin tutkiminen heikentää kuitenkin mielestäni tutkielmani fokusta ja ei paranna sen antia merkittävästi. Täten tulen keskittymään yksinomaan peleihin viihdekäytössä. Poisrajattuja aihealueita ovat mm. pelit opetuskäytössä, pelien tutkimuskäyttö ja muut pelien mahdolliset sovellusalueet.
6. Eräs kulttuurinen huomautus on myös tärkeää tehdä väärinkäsitysten välttämiseksi. Peliteollisuus on maailmanlaajuinen, mutta ei suinkaan samanlainen ympäri maapalloa. Pelikulttuuritkin eroavat toisistaan merkittävästi, etenkin länsi-itä –akselilla. Esimerkiksi kiinalainen, korealainen sekä japanilainen pelikulttuuri eroaa hyvin paljon länsimaisesta pelikulttuurista (Eskelinen, 2005). Täten varoitan lukijoita yleistämästä työni tuloksia täydellisen universaaleiksi. Näen, että työni tutkii pääasiallisesti käyttäjänovaatioita länsimaisessa kontekstissa, jota ei mielestäni kannata lähteä yleistämään itämaiseen pelikulttuuriin.

7. Lukijoiden kannattaa myös huomata, että vaikka työssäni käsittelen koko käyttäjäninovaatioiden alaa, on painotukseni huomattavasti enemmän pelaajien itse luomien innovaatioiden tutkimuksessa kuin palaute- tai ideointimekanismien tarkastelussa pelaajien ja pelifirmojen välillä. Pysin parhaani mukaan erottamaan nämä kaksi osa-aluetta toisistaan, jotta turhaa hämmennystä ei syntyisi, mutta osittain aihealueet menevät pakostakin limittäin samoista käytännöistä johtuen.
  
8. Viimeinen rajaukseni koskee peliteollisuuden toimijoita. Pelialalla on myös monia muita toimijoita kuin käyttäjät ja peliyhtiöt. Oma työni kuitenkin rajoittuu tarkastelemaan peliyrityksiä ja käyttäjiä sekä heidän välistä rajapintaa, ja miten käyttäjäninovaatiot syntyvät siellä. Täten en tule käsittelemään juurikaan toimijoita kauempana tästä rajapinnasta, kuten julkaisijoita tai muita avustavia toimijoita. Poikkeuksena tietysti tilanteet, jolloin muut toimijat ovat ehdottoman olennaisia käyttäjäninovaatioiden synnylle ja käytännöille, tai paremmalle ymmärrykselle käsittelemästäni aihepiiristä.

## 2. Käsitteistö

Tässä luvussa selvitän lyhyesti yleisimmät pelialaan ja sen käyttäjäinnovaatioihin liittyvät käsitteet. Tämä siksi, jotta pelialaa vähemmän tuntevat henkilöt pystyisivät lukemaan tekstiä sujuvasti ja ilman väärinkäsityksiä. Varsinaisen teoreettisen viitekehyksen ja aiempaan tutkimukseen liittyvän kirjallisuuden tulen käsittelemään omassa luvussaan. Useimmat termit ovat alun perin englanniksi, mutta olen pyrkinyt löytämään kaikille käsitteille sujuvan suomenkielisen vastineen. Suluissa on kuitenkin alkuperäinen englanninkielinen versio sanasta.

### Alusta (Platform):

Alustalla tarkoitetaan yleensä laitetta, jolla peliä pystyy pelaamaan. Päätyypeittäin alustat voidaan jakaa PC-, konsoli-, käsikonsoli- sekä matkapuhelinalustoihin. Yleensä pelien asennus, ohjaamistavat ja peligenret vaihtelevat alustoittain varsin suuresti. Monialustaisuus (multiplatform) tarkoittaa, että peli on käännetty monelle eri alustalle, esimerkiksi peli on vaikkapa tehty Xbox 360:lle sekä PC:lle.

Tämän lisäksi alustalla tarkoitetaan tässä työssä myös peliä, jolle käyttäjäinnovaatio luodaan. Pelialalla käyttäjäinnovaatiot ovat hyvin pitkälti riippuvaisia pelialustastaan, jota ilman ne eivät toimi. Alkuperäinen peli toimii siis lähtökohtana kaikille sille luoduille käyttäjäinnovaatioille, eikä niitä voida ilman erityisjärjestelyjä toisistaan erottaa. Tämä erittäin tärkeä asia pitää mielessä läpi tämän työn. Työssäni käytän alustan synonyyminä myös nimitystä ”emopeli”.

### F/OSS (Free / Open Source Software):

Vapaasti käännettynä termi tarkoittaa ”vapaan ja avoimen lähdekoodin ohjelmistoja”. Tällä termillä tarkoitetaan ohjelmistoa, jonka lähdekoodi on tarkoituksella jätetty avoimeksi, jolloin sitä voi muokata kuka tahansa jolla on riittävät taidot siihen. Open Sourcen periaatteisiin kuuluvat myös vapaa hyödynnettävyys sekä jaettavuus käyttäjien kesken, myös modifioitujen tuotteiden suhteen. (Wikipedia, Open Source Definition, 2009)



Paras esimerkki Open Sourcesta on Linux-käyttöjärjestelmä, josta käy ilmi kaikki edellä mainitut ominaisuudet. Käytän työssäni termejä Open Source tai F/OSS ristikkäin, mutta tarkoitan niillä samaa asiakokonaisuutta.

### Genre:

Genre tarkoittaa tässä yhteydessä yksittäistä pelityyppiä. Peliala on nykyisin jakautunut useisiin genreihin, joista osa sulautunut yhteen muodostaen genrejen hybridejä. Genrejä on vaikea luetella tyhjentävästi, mutta esimerkin vuoksi voin luetella joitain päägenrejä: mm. urheilupelit, räiskintä/FPS-pelit (First Person Shooter), tasoloikkapelit (platform), ammuntopelit (shoot'em ups), roolipelit, strategiapelit, simulaattorit ja tappelupelit. On tärkeä ymmärtää, että eri genrejen pelimekaniikka ja -tavat eroavat toisistaan merkittävästi ja tämä on erittäin tärkeä asia juuri käyttäjänovaatioiden kontekstissa. Esimerkiksi modien luonti ja integrointi eri genrejen peleihin vaihtelee vaikeudeltaan hyvin paljon. Luonnollisesti eri genrejen suosio vaihtelee hyvin suuresti pelaajien keskuudessa, kuten myös käyttäjänovaatioiden frekvenssi niiden sisällä.

### Käyttäjäs sisältö (user-created content):

Pelien kontekstissa käyttäjäs sisältö on kokonaistermi, joka kattaa kaiken lisäs isällön, jota käyttäjä on itse luonut peliin. Tämä kattaa kaikki sisällönluontimenetelmät aina pelin sisäisten, sisäänrakennettujen editoreiden kautta ulkoisiin ohjelmistotyökaluihin ja ohjelmistokielillä tapahtuvaan koodaamiseen.

Oman määritelmäni mukaan, käyttäjäs sisältö on kuitenkin sisältöä, joka on synnyttänyt uutta tietoa, ominaisuuksia tai tiedostoja peliin. Täten normaali pelitoiminta ja sen mukana aiheutuvat muutokset eivät luonnollisesti kuulu käyttäjäs sisältöön, vaikka käyttäjä onkin ollut myötävaikuttamassa niiden syntyyn. Pelitoiminnan ulkopuolinen sisällöntuotanto voidaan mielestäni laskea kokonaisuudessaan sisällöntuotannoksi. Esimerkkejä ovat mm. uusien pelikenttien luonti, uusien pelihahmojen luonti, uusien urheilusarjojen perustaminen peliin, uusien objektien lisääminen tai jopa kokonaisten uusien pelimuotojen tai pelien kehittäminen modien muodossa. Voidaan myös nähdä, että käyttäjänovaatiot kuuluvat myös yleisen käyttäjäs isällön alaisuuteen.

## Lisäosat ja episodit

Pelintekijät usein luovat peleilleen jatkoa ja lisäsisältöä lisäosien muodossa. Lisäosat harvemmin radikaalisti muuttavat emopeliään, mutta lisäävät siihen usein sisältöä uusien kenttien, pelimuotojen ja yksikköjen muodossa. Lisäosat siis tuovat lisää kestoja sekä lisäarvoa alkuperäiselle pelille. Lisäosat yleensä vaativat myös emopelin toimiakseen.

Episodipelit ovat melko uusi ilmiö pelialalla. Episodipeleissä pelikokonaisuus koostuu useista osista, jotka usein julkaistaan tietyssä juonellisessa järjestyksessä. Yksittäiset episodit usein ovat perinteisiä pelejä halvempia ja lyhyempiä, ja muistuttavat ominaisuuksiltaan lisäosia. Episodit kuitenkin ovat itsenäisiä pelejä, jotka yhdessä toistensa kanssa ja pelattuna oikeassa järjestyksessä muodostavat yhtenäisen pelikokemuksen. Hyviä esimerkkejä episodipeleistä ovat mm. Sam & Max (Season 1) ja Half-life 2: Episode 1 ja 2, jotka ovat osoittaneet metodin toimivuuden.

## MMOG (Massive Multiplayer Online Game)

Laajoja moninpelejä, joissa jopa sadat ihmiset pystyvät pelaamaan samanaikaisesti toistensa kanssa. Näitä pelejä pelataan yksinomaan verkossa ja usein niitä ylläpidetään jatkuvasti peliyhtiön toimesta. (Wikipedia (2009), MMO). MMO-pelejä on monissa peligenreissä, mutta ehdottomasti suosituimpia ne ovat olleet verkossa pelattavien roolipelien joukossa. Paras esimerkki MMO-peleistä on huippusuosittu World of Warcraft lisäosineen.

## Modi (mod):

Modit ovat eri laajuisia käyttäjien itsensä tekemiä muutoksia tai lisäyksiä alkuperäiseen pelituotteeseen. Ne voivat olla kokonaan omia pelejä sinänsä tai vain lisätä elementtejä peliin, esim. peliobjektien, musiikin tai käyttöliittymän muutosten muodossa (Wikipedia, Mod (computer gaming) 2009). Modit voivat olla erittäin monipuolisia ja vaihdella runsaasti sisältönsä ja laajuutensa suhteen, mutta eivät voi toimia ilman alkuperäispeliä alustanaan (kts. alusta (platform)). Modit voidaan jakaa yleisen käsityksen mukaan kahteen kategoriaan: osittaisiin muunnoksiin (partial conversions) ja täydellisiin muunnoksiin (total conversion) (Arakji & Lang, 2007). Osittaiset muunnokset ovat juuri yksittäisiä lisäyksiä peliin juuri

esimerkiksi uusien aseiden, esineiden tai vaikkapa parannellun tekoälyn muodossa.

Täydelliset muunnokset yleensä muuttavat peliä usein kaikilta osa-alueiltaan, joskus muuttaen pelin käytännössä täysin toisenlaiseksi tai tyystin omaksi pelikokonaisuudekseen.

### Pelieditori:

Editorit ovat peliyritysten itsensä tarjoamia työkaluja, joilla pelaajat pystyvät muokkaamaan esim. pelien ominaisuuksia, kenttiä tai objekteja pelinkehittäjien asettamissa puitteissa.

Editorit vaihtelevat skaalaltaan hyvin paljon, aina yhteen asiaan tiukasti keskittyvistä editoreista, pelin kaikkiin alueisiin liittyvään editointiin editoreilla, joita itse pelinkehittäjätkin itse käyttävät.

Käyttäjänovaatioissa pelieditorit näyttelevät hyvin tärkeää osaa ja osa käyttäjät usein myös muokkaavat editoreita omiin tarpeisiinsa sopiviksi (Prügl & Schreier, 2006).

### Pelimuoto (vaihtoehtoisesti: Pelimoodi tai -tila)

Pelimuoto on variaatio pelin mekaniikasta. Eri pelimuodoissa peli toimii eri lailla, erilaisin säännöin ja erilaisin tavoittein. Pelimuoto saattaa muuttaa useita aspekteja pelin mekaniikasta, mutta se harvemmin muuttaa alustana olevaa peliä itseään. Peleihin on voitu sisällyttää alun perin useita pelimuotoja, ja niihin voidaan myös usein lisätä uusia mm. modien ja lisäosien myötä.

Hyvä esimerkki eri pelimuodoista ovat vaikkapa moninpeleissä hyvin tunnetut Capture the Flag (lipunryöstö) ja Deathmatch -pelimuodot. Ensimmäisessä pelimuodossa pelaajat pyrkivät viemään vastustajan joukkueen lipun omaan tukikohtaan vastustajan pyrkiessä samaan, toisessa pelimuodossa joukkueita ei ole lainkaan vaan kaikki pelaajat pyrkivät tuhoamaan toisensa pisteiden tai erävoiton toivossa.

### Päivitys (patch):

Päivitys on pieni ohjelma, jonka tarkoituksena on korjata alkuperäisen ohjelmiston ongelmia tai päivittää ohjelman ominaisuuksia paremmiksi. Päivityksen ominaisuuksiin kuuluu usein bugien korjaaminen, graafisen ulkoasun parantelu sekä käytettävyyden ja/tai suorituskyvyn parantaminen. Päivitykset ovat yleisiä koko tietotekniikan sektorilla, mutta erityisen tärkeä

rooli niillä on tietokonepelien saralla, jossa niillä usein korjataan julkaistujen pelien havaittuja, usein vakaviakin puutteita tai virheitä. (Wikipedia, Patch (computing) 2009)

### Sähköiset markkinapaikat:

Tämän työn kontekstissa tarkoitan sähköisillä markkinapaikoilla ohjelmistoja tai ratkaisuja, joilla käyttäjä pystyy tutustumaan peleihin sekä ostamaan ja lataamaan pelejä sekä sisältöä sähköisesti PC:lle tai konsoliin. Sähköiset markkinapaikat ovat uudenlainen ostos- ja jakelukanava peleille, ja ne ovat levinneet vauhdilla sekä PC- että konsolipuolelle viime vuosien aikana.

Sähköisten markkinapaikkojen pääedustajia pelialalla tällä hetkellä ovat Steam (PC), Xbox Marketplace (Xbox 360), Playstation Network (Playstation 3) ja Wii Shop (Nintendo Wii).

### 3. Kirjallisuuskatsaus

Käyttäjännovaatiot että peliteollisuus ovat edelleen varsin nuoria tutkimuskohteita. Suurin osa tutkimustuloksista ja tieteellisistä artikkeleista ovat alle kymmenen vuotta vanhoja. Paradoksaalisesti näinkin nuoren tutkimusalan tulokset voivat jäädä vanhoiksi hyvinkin nopeasti, kun nousevan ilmiön toimintamallit muuttuvat ja kehittyvät. Näin esimerkiksi Granthamin & Kaplinskyn (2005, s. 204) artikkelissa, jossa arvellaan Online-pelaamisen jäävän marginaaliseen rooliin ja sen kehityksen rajoittuneeksi. Voimme hyvin nähdä, että tilanne on hyvin lyhyessä ajassa muuttunut ja nettipelaaminen on nopeasti vakiinnuttanut paikkansa liki kaikissa peligenreissä ja ajoittain osoittanut huimia menestymisen mahdollisuuksia muun muassa Blizzardin World of Warcraft –verkkoroolipelin muodossa.

On kuitenkin havaittava, että käyttäjännovaatiot sekä peliteollisuus ovat herättäneet huomiota vihdoin myös tutkijapiireissä, etenkin 2000-luvun puolelle saavuttaessa. Mielenkiintoisia ja päteviä artikkeleita löytyy nykyään jo varsin kohtuullisesti, ja tiettyjä teoreettisia raameja ollaan jo pystyttämässä niin käyttäjännovaatioiden, Open Sourcen kuin tuotteiden muunneltavuudenkin saralla (mm. West & Gallagher (2006); Baldwin, Hienert & von Hippel (2006) ja Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004)).

Aihettani koskevien tutkimusalojen kehittymisestä huolimatta käyttäjännovaatioiden tutkiminen peliteollisuuden kontekstissa on jäänyt varsinkin pieneksi. Asia korostuu eritoten, jos etsitään tutkimuksia, jotka käsittelevät pelialan käyttäjännovaatioita juuri käytäntöjen näkökulmasta. Tällöin alamme lähestyä pätevien artikkelien lukumäärässä nolaa. Eräissä peliaiheisissa artikkeleissa on nostettu esille sama huomio, ja on myös toivottu lisää lähestymistä juuri käytäntöjen tasolta, jolloin voidaan ymmärtää ja hallita paremmin internetin yhteisöjen uusia ja kehittyviä organisaatiotapoja (Scacchi, 2004). Täsmälleen omaan tutkimukseeni liittyvää kirjallisuutta on kovin vaikea löytää, mutta tämä ei missään nimessä tarkoita etteikö tutkimallani aiheella olisi juuriaan tieteellisen tutkimuksen kentässä. Tutkimukseni kirjallisuus pohja ammentaa monelta eri tutkimussuunnalta.

Peliteollisuuden käyttäjännovaatioiden juuret ulottuvat kolmeen selkeään tutkimusalueeseen:

1. Avoimen innovaation ja käyttäjännovaatioiden tutkimukseen
2. Open Source –metodin ja -liikkeen tutkimusalueelle
3. Pelitutkimukseen

Näihin kolmeen tutkimusalueeseen kiteytyy peliteollisuuden käyttäjänovaatioiden olemus, ja niiden näkemyksistä voidaan nähdä, millaista keskustelua käsittelemäni ilmiön keskeisistä elementeistä on käyty vuosien saatossa. Tulen seuraavaksi esittelemään kunkin tutkimusalueen merkittävimpiä kirjallisia panoksia, löydöksiä ja tieteellistä keskustelua aiheeseeni liittyvien asioiden tiimoilta. Kuten aiemmin mainitsin, kukin näistä aihealueista on varsin nuori, joten varsinaista pitkän aikajakson tarkastelua on lähes mahdotonta suorittaa, sillä liki 90% käsittelemistäni artikkeleista on kirjoitettu kymmenen viime vuoden sisällä.

### 3.1 Avoin innovaatio sekä käyttäjänovaatiot

Aluksi on hyvä lähteä liikkeelle käyttäjänovaatioita itseään käsittelevästä kirjallisuudesta. Tällä tutkimuksen alalla on muutama varsin merkittävä kirjoittaja, joihin tulen kohta palaamaan. Ensin on hyvä lähteä liikkeelle kokonaisen uuden ajattelutavan avaamisesta. Henry Chesbrough (2003a) on kirjoittanut, miten suljetun innovaation (closed innovation) aika on ohi. Hän katsoo, että innovaatioita ei enää luoda massiivisen tutkimus- ja kehitysrakenteiden turvin organisaatioiden sisällä, vaan innovaatiot yhä enenevässä määrin rakentuvat vuorovaikutuksessa ja yritysten välisissä verkostoissa. Chesbrough näkee, että yritykset pääsevät parempiin tuloksiin avaamalla innovatiivisuutensa tulokset myös muille. Vanha ”ihanteellisen kehän” malli, jossa yritys saavuttaa parhaan tuloksen keskitetyllä kehitys- ja tutkimustoiminnallaan, on hänen mukaansa viime vuosikymmenen aikana rikkoutunut. Hänen esittelemänsä avoimen innovaation (open innovation) malli koskee pääasiassa yrityksiä ja instituutioita, mutta tämän uuden paradigman pääideat pystytään helposti myös soveltamaan käyttäjänovaatioihin sopiviksi. Varsinkin kun käyttäjät/asiakkaat ovat usein tärkeimpiä ulkoisen tiedon lähteitä yrityksille, varsinkin tietotekniikka-alalla (Segelod & Esbjörn, 2004)

On kuitenkin myös todettu, että avoin innovaatio kuitenkin vaatii liiketoiminnassa sitä, että sen tuottama arvo pystytään realisoimaan myös jotenkin yrityksissä. Avoimen innovaation mallin mukainen strategia vaatii siten jatkuvaa tasapainottelua lisäarvon luonnin ja lisäarvon realisoinnin välillä. Liika painottuminen toiseen aiheuttaa toisen osa-alueen kuihtumista. (Chesbrough & Appleyard, 2007)

Taloudellisen menestyksen ja avoimen innovaation etujen, kuten modulaarisuuden ja paremman laadun (Chesbrough & Appleyard, 2007; Franke & von Hippel, 2003), takaamiseksi on katsottu hyväksi myös turvautua yrityksissä avoimen ja suljetun innovaation kompromisseihin (Chesbrough & Appleyard, 2007). Yleisesti ottaen kuitenkin käyttäjän innovaatiokirjallisuus ottaa varsin harvoin kantaa, miten itse asiassa käyttäjän innovaatioiden tarjoama lisäarvo realisoidaan tai miten se muuten realisoituu. Schreier (2006) kuitenkin on osoittanut, että käyttäjien itse luomalla sisällöllä ja innovaatioilla on ehdottomasti rahallista lisäarvoa myös yritykselle itselleen, koska asiakkaiden maksuhalukkuus räätälöimiin tai itse suunnittelemiin tuotteisiin on paljon suurempi kuin standardituotteisiin.

Kiinnostavasti on kuitenkin huomattu, että rahalliset kannustimet eivät ole innovoiville käyttäjille itselleen kovinkaan tärkeitä (mm. Fuller, Bartl, Ernst & Mühlbacher (2006); Chesbrough & Appleyard (2007)). Heitä motivoivat aivan toisenlaiset palkkiot, joihin tulen palaamaan kun siirrytään keskustelemaan Open Source –metodia koskevasta kirjallisuudesta.

Aloitteet ja mahdollisuudet käyttäjän innovaatioihin tulevat aika ajoin itse yrityksiltä (mm. Fuller, Bartl, Ernst & Mühlbacher (2006)). Kirjallisuuden perusteella tämä lähestyminen on kuitenkin harvinaisempi kuin se, että käyttäjät alkavat itse aktiivisesti etsimään ratkaisuita ongelmiinsa. Lukuisissa artikkeleissa onkin todettu, että käyttäjät todella kykenevät laadukkaaseen innovaatioimintaan (mm. Schreier (2006), von Hippel (1986), Arakji & Lang (2007)). Kirjallisuudesta selviää myös, että käyttäjän innovaatioita on tehty hyvin monilla ja yllättävilläkin teollisuuden aloilla, aina puolijohtimista maastopyöräilyyn (von Hippel (1988), Lüthje, Herstatt & von Hippel (2005)).

Eric von Hippel, eräs vaikutusvaltaisimpia käyttäjän innovaatioiden tutkijoita, on havainnut, että useimmat käyttäjän innovaatiot ovat lähtöisin niin sanotuilta huippukäyttäjiltä (lead-users). Huippukäyttäjien ominaisuuksia ovat, että he 1. kokevat saavansa paljon hyötyä saamalla ratkaisuja tarpeisiinsa, ja täten ovat valmiita innovoimaan, sekä 2. ovat alansa trendien edelläkävijöitä, joilla on tarpeita jotka saavuttavat suuren yleisön vasta paljon myöhemmin. (von Hippel, 1986)

Huippukäyttäjät käyttävät innovoidessaan hyödyksi omia harrastaja- ja käyttäjäyhteisöitään, jopa huomattavasti mieluummin kuin ulkopuolista apua ja resursseja (esim. relevanteilta

yrityksiltä). Tutkimuksissa myös huomattiin, että käyttäjät voivat myös varsin usein innovoida hyvin kiinnostavia ja taloudellisesti merkittäviä parannuksia ja tuotteita. (Franke, von Hippel & Schreier, (2006))

Miten näin tärkeän voimavaran sitten voisi valjastaa yrityksen käyttöön? Yleinen käsitys on, että varsinainen avoimen innovaatioiden mukaisen käyttäjän innovaatiotoiminnan integrointi yrityksen prosessien osaksi on erittäin haastavaa (Brown & Hagel III, 2006) ja myös erittäin kallista (von Hippel, 1994). Haastavaa sen vuoksi, että kuten Chesbrough (2003b) toteaa, avoin innovaatio on avointa, jolloin sen kontrollivaatimuksista on suurelta osin luovuttu, jolloin on jo aivan sen hengen vastaista integroida se takaisin organisaation sisälle. Kallista, siksi että tieto ja innovaatio eivät siirry vapaasti ihmisten ja organisaatioiden välillä, vaan se on ”tahmeaa” (sticky) eli niin sisäistynyttä tai erilaista tietoa, että sen onnistunut esille saaminen, muuntaminen ja siirtäminen vaativat merkittäviä resursseja (von Hippel, 1994). Riippuen siirretyn tiedon ”tahmeudesta” ja tietotransaktioiden määrästä, voi tiedon siirron hinta kohota epäkäytännöllisen korkeaksi (von Hippel, 1994). Onneksi on kuitenkin tapoja, miten tieto voidaan saada ”juoksevampaan” (unsticky) muotoon, erityisesti helpottamaan käyttäjän innovaatioiden mahdollistamista.

Käyttäjät haluavat vaikuttaa ja tuoda omia ideoitaan julki, jopa muutkin kuin ns. huippukäyttäjät (Füller, Bartl, Ernst & Mühlbacher, 2006). Normaalikäyttäjille usein kynnyskysymykseksi nousee kuitenkin tekninen osaaminen, jolloin he eivät pysty ilmaisemaan tarpeitaan kunnolla yrityksille (Piller, Ihl, Füller & Stotko, 2004). Katzin & von Hippelin (2002) esittämä idea käyttäjän innovaatioiden työkalupakista (toolkit for user innovation) on kuitenkin pyrkinyt mahdollistamaan käyttäjän innovaatiot suuremmalle yleisölle tarjoamalla heille mahdollisuuden itse työkalujen avulla kehittää ja innovoida uusia tuotteita. Heidän mukaansa tämä lähestyminen on hyvinkin hedelmällinen etenkin korkean teknologian aloilla, joissa normaalisti vaadittu osaamiskynnys innovointiin on varsin korkea. Katz & Hippel (2002) myös argumentoivat, että työkalupakkien (toolkits) avulla innovaatiotoiminta voidaan delegoida osittain tai jopa kokonaan suoraan käyttäjille, jotka pystyvät niiden avulla toteuttamaan tarkasti omia tarpeitaan ja ideoitaan. Heidän mukaansa tällä tavoin päästään suurelta osin eroon ”tahmean” informaation ongelmasta, koska kun edestakaiset tietotransaktiot käyttäjien ja yrityksen välillä vähenevät, alenevat myös ”tahmean” tiedon aiheuttamat kustannukset, etenkin hyvin heterogeenisen käyttäjäjoukon tapauksessa, kuten usein on tapauksena esimerkiksi tietotekniikka-alalla (Franke & von Hippel, 2003).



Työkalupakit siis muuttavat tiedon luonteen ”juoksevaksi” (unsticky), koska käyttäjä pystyy suorittamaan innovoinnin kaikki vaiheet itse ja luomaan itselleen parhaat ratkaisut tarpeisiin, jotka hän itse tietää parhaiten. Katz & Hippel (2002) kuitenkin loivat viisi tärkeää tavoitetta onnistuneelle työkalupakille, jotta innovointikapasiteetti voidaan onnistuneesti siirtää käyttäjälle: 1. Käyttäjät kykenevät itsenäiseen suunnitteluun ja ongelman ratkaisuun työkaluilla 2. Työkalupakin pitää tarjota käyttäjälle riittävän suuri ”suunnittelutila”, jossa käyttäjä pystyy suunnittelemaan itselleen sopivat ratkaisut 3. Työkalupakkia täytyy pystyä operoimaan käyttäjille tutuilla termeillä ja taidoilla. Esim. pelaajille tarkoitettujen työkalujen pitää toimia pelaajille tuttujen sääntöjen mukaan, ei koodaajien suunnittelukielellä 4. Työkalupakin tulee tarjota käyttäjille riittävä määrä hyödyllisiä moduuleja tai suunnittelupalasia, jotta hän pystyy luomaan tuotteestaan mieleisensä 5. Työkalupakilla luotu tuote täytyy pystyä tuottamaan ilman, että yrityksen tarvitsee itse korjailta luotua tuotetta mitenkään. Työkalupakin konsepti sopii erityisesti IT-alalle erinomaisesti, ja etenkin peliteollisuuden käyttäjäinnovaatioissa sillä erittäin kriittinen rooli.

Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004) esittävät, että työkaluja voi olla monenlaisia, sekä matalaa että korkeaa osaamista vaativia, jotka ovat usein eri käyttäjille, joilla on erilaiset tarpeet vaatimiensa ratkaisujen suhteen. He kuitenkin tähdentävät, että työkalujen tulee olla käyttäjäystävällisiä (myös Schreier, 2006) sekä viihdyttäviä käyttää, sillä silloin käyttäjätyökalujen operointi jo itsessään saattaa antaa tuotteelle lisäarvoa. Tämän voi hyvin kuvitella pitävän paikkansa etenkin pelialalla. He myös toteavat, että työkalujen ympärille voi kasvaa harrastajayhteisöjä, jotka yhdessä pyrkivät etsimään ratkaisuita ja pitävät työkalupakkia ja sen luomaa yhteisrajapintaa yhdistävänä tekijänä keskenään.

Erittäin kiinnostavana ja relevanttina seikkana von Hippel (2007) esittää, että käyttäjät pystyvät keskenään luomaan innovaatioverkostoja, jotka ovat täysin riippumattomia tuottajista. Nämä verkostot pystyvät keskenään kehittämään, rakentamaan ja jakelemaan omia innovaatioitaan autonomisesti. Tämä idea sopii ihanteellisesti Katzin & Hippelin (2002) esittämään innovaatioyökalu-lähestymiseen. Innovaatioverkostot toimivat parhaiten kun kolme ehtoa täyttyy: 1. Ainakin joillakin käyttäjistä on kannustimia ja halua innovoida 2. Ainakin joillakin käyttäjistä on kannustimia paljastaa tietoa innovaatioistaan, jotta niitä voidaan jäljentää/monistaa 3. Käyttäjien oma tuotanto pystyy kilpailemaan kaupallisen tuotannon ja jakelun kanssa. Mm. Apache-serveriohjelmisto on ihanteellinen esimerkki tästä

käyttäjyhteistyöstä. Von Hippel kuitenkin myöntää, että aina kaikki kolme ehtoa eivät täyty, mutta malli toimii myös kahden ensimmäisen ehdon pitäessä. Hän myös esittää, että useilla aloilla suuri osa innovaatioista on itse asiassa saanut alkunsa käyttäjien toimesta. Yhteistyö yritysten kanssa ei siis ole lainkaan edellytys innovoinnille.

Käyttäjänovaatiokirjallisuuden lopuksi on hyvä esitellä Baldwinin, Hienerthin sekä von Hippelin (2006) kehittämä erinomainen teoria käyttäjänovaatioiden toiminnasta ja dynamiikasta, ja miten ne voivat kehittyä aina kaupallisiksi tuotteiksi asti. Teorian mukaan innovaatioiden luonti alkaa suunnittelu- ja innovaatiomahdollisuuksien tunnistamisella, niin sanotulla mahdollisen suunnittelutilan (design space) tutkimisella. Luonnollisesti tämä suunnittelutila on täysin avoin tai innovaatiotyökalujen ominaisuuksien rajaama (Katz & Hippel, 2002). Tarkkanäköisesti artikkelissa tunnistetaan myös käyttäjyhteisöiden olennaiset toimijat: käyttäjänovaattorit (user-innovators), käyttäjäostajat (user-purchasers) ja lopulta myös käyttäjävalmistajat (user-manufacturers). Näiden kolmen toimijan kautta käyttäjänovaatioiden dynamiikka ja toiminta selitetään. Malli myös ottaa mukaan kaupalliset toimijat, jotka voivat myös hyötyä käyttäjänovaatioista. Koska suunnittelutilan tutkiminen ja ratkaisujen löytäminen on hyödyllistä käyttäjänovaattoreille, heille ei ole tarpeen maksaa siitä.

Eriyisen kiinnostavana pointtina Baldwin, Hienerth ja von Hippel (2006) tuovat esiin seikan, että yhteisöjen tärkeä ominaisuus on kilpailemattomuus, jolloin suunnittelutila pysyy aina täysin vapaana kaikille sen tutkijoille. Tärkeänä huomiona kirjoittajat myös asettavat käyttäjänovaatioille hinnan ajan, vaivan ja rahan muodossa. Täten käyttäjänovaattori punnitsee uuden innovaation kehityksen kuluttamia resursseja sen tuomiin hyötyihin nähden. Mikäli hyödyt ovat suuremmat, niin uuden innovaation kehitys on kannattavaa; mikäli kustannukset ovat suuremmat ja hyödyt esimerkiksi edelliseen innovaation versioon nähden pienet, niin käyttäjänovaatio jää toteuttamatta. Täten käyttäjänovaatioiden kehitys kulkee jatkuvasti kohti pienenevää lisäarvoa, kunnes innovaatioiden luonti yksittäisen keksijän kohdalla pysähtyy. Kirjoittajien mukaan kuitenkin käyttäjyhteisöt pystyvät luomaan innovaatioita, jotka pystyvät ylittämään jäsenten odotukset, koska eri jäsenillä on erilaiset näkemykset kustannuksien ja hyötyjen suuruudesta. Tällöin tämän teorian perusteella suunnittelutilan tutkiminen jatkuu, kunnes viimeisenkin yhteisön jäsenen kustannukset ylittävät hänen kokemansa hyödyn. Kirjoittajat argumentoivat, että tällöin muut yhteisön jäsenet hyötyvät huomattavasti paremmista ratkaisuista, kuin jos he loisivat innovaatioitaan

yksin. Tämä kuitenkin edellyttää, että käyttäjyhteisön jäsenet jakavat luomuksensa ja tietonsa vapaasti, jolloin tutkiminen voi jatkua teoreettiseen maksimipisteeseensä asti.

Baldwin, Hiennerth & von Hippel (2006) kuitenkin jatkavat teoriaansa siihen suuntaan, että onnistuneimmista käyttäjännovaatioista voi tulla kaupallisia tuotteita käyttäjäostajien ja – valmistajien toimesta. Käyttäjäostajien uusien käyttäjännovaatioiden kysyntä saattaa luoda uudet markkinat, joiden kysynnän tyydyttämiseksi osa käyttäjännovaattoreista saattaa ryhtyä käyttäjätuottajiksi. He täten valmistavat innovaatioitaan kaupallisesti käyttäjille, jolloin syntyy luonnollinen linkki myös käyttäjännovaatioiden kaupallisiin mahdollisuuksiin. Täten päästään takaisin Chesbrough'n (2007) arvonlisän ja arvon luonnin dilemmaan, johon tämä teoria tuntuisi vastaavan tyydyttävästi. Tämä teoria sopii myös erinomaisesti sovellettavaksi myös peliteollisuuden käyttäjännovaatioihin, joten tulen palaamaan tähän teoriaan vielä myöhemmin työssäni.

### 3.2 Open source ja käyttäjyhteisöt

Kirjallisuuskatsauksen tässä osiossa siirrymme tarkastelemaan ilmiötä, joka kiistatta on vaikuttanut koko IT-alaan. Itse näen, että Open Source ja käyttäjyhteisöt kuuluvat erottamattomasti yhteen, sillä sen periaatteiden mukainen avoimuus ja muokattavuus on tehokkaasti toteutettavissa ainoastaan käyttäjyhteisöjen kautta. Täten käsittelen molempia ilmiötä tässä osassa. Monet Open Sourceen liittyvistä metodeista ja ideoista pätevät myös hyvin pitkälti pelimaailman ja pelaajien käyttäjännovaatioihin sekä -yhteisöihin.

Open Source –metodilla on luotu useita menestystuotteita, muun muassa Firefox-selain, Apache-serveriohjelmisto ja Linux-käyttöjärjestelmä (mm. West & Gallagher (2006); Franke & von Hippel (2003)). On nähty, että Open Source –metodin avulla luodut tuotteet ovatkin parhaimmillaan hyvinkin arvokkaita (mm. Franke & von Hippel (2003) & Scacchi (2004)), luotettavia ja helposti saatavilla (Scacchi, 2004). Open Source on kuvattu maantieteellisesti hajautetuksi ohjelmistokehitysmetodiksi, jossa erillään olevat ohjelmoijat yhdessä tuottavat virtuaaliympäristössä uusia sovelluksia (West and O'Mahony, 2005). Tämä virtuaalisessa ympäristössä työskentely ja sitä varten luodut työkalut ovat myös saaneet aikaan muita variaatioita aiheesta, kuten gated source -lähestymisen ja pelejen modiyhteisöt (West & Gallagher, 2006). Oman työni perspektiivistä kiinnostavimmiksi seikoiksi nousevat, miten

Open Source -projektit on organisoitu, mikä motivoi niin sanottuun tuotosten ”ilmaiseen” jakamiseen ja miten kirjallisuudessa on käsitelty Open Sourcen ja kaupallisuuden suhdetta.

Aluksi on hyvä tutustua hieman liikkeen organisaatiota käsittelevään kirjallisuuteen. Kuten aiemmin mainitsin, Open Source -työskentelyn mahdollistavat virtuaaliset työkalut, joilla yhteistyö ja työn koordinointi mahdollistetaan. Normaalit työkalut ovat mm. Open Source –ohjelmiston ympärille luodut verkossa toimivat keskustelufoorumit ja CVS-työkalut, joilla pidetään kirjaa sovelluksen ajankohtaisista versioista (mm. Franke & von Hippel (2003) & Scacchi (2004), sekä virtuaaliset tietovarastot (repositories), joista Open Source –sovellukset ovat kaikkien saatavilla (West & O’Mahony, 2005). Muun muassa näiden työkalujen avulla pääasia työn organisoinnista tapahtuu.

Organisaatiomuoto itsessään Open Source –metodissa on varsin ainutlaatuinen. Periaatteessa kuka tahansa pystyy aloittamaan uuden projektin, mutta itse toiminta kuitenkin kiertyy vahvasti käyttäjyhteisöjen ympärille (mm. West & O’Mahony (2005); Sowe, Stamelos & Angelis (2007)). Sowe, Stamelos & Angelis (2007) jakaa käyttäjyhteisöjen jäsenet kahteen kategoriaan: tiedon etsijöihin (knowledge seekers) ja tiedon tarjoajiin (knowledge providers). Tiedon tarjoajat ovat usein kokeneita Open Source –kehittäjiä, jotka usein tarjoavat halukkaasti tietoa ohjelmistoihin ja kehittämiseen liittyvissä ongelmissa. Tiedon etsijät taas usein etsivät apua itseään vaivaaviin Open Source –sovelluksiin liittyviin ongelmiin. Roolit eivät kuitenkaan ole pysyviä, vaan usein tiedon tarjoaja voi ottaa tiedon etsijän roolin, jos hän katsoo tarvitsevansa apua ongelmiinsa. Täten käyttäjyhteisö toimii vastavuoroisesti ja tarvitsematta ulkopuolista apua. Kuten Sowe et al. (2007, s.432) mainitsee ”F/OSS-kehityksen konteksti on symbioottinen tiedostava järjestelmä, missä yhteisö oppii jäseniltään ja yksilöt oppivat itse yhteisöltä”. Tämä on varsin hyvä kuvaus Open Source –yhteisön toiminnasta ja on myös sovellettavissa mielestä myös muihin käyttäjännovaatioiden yhteyksiin.

On myös huomattavaa, että kaikki Open Source –yhteisöiden jäsenet eivät ole tasa-arvoisia. On havaittu, että pieni osa jäsenistä tarjoaa vastaukset suurimpaan osaan kysymyksistä ja itse asiassa suurimmalta osin myös aktiivisimmat tiedontarjoajat myös kysyvät useimmat kysymykset (Lakhani & von Hippel, 2003). Täten voidaan hyvin nähdä, että huippukäyttäjäteoria (lead-user theory)(von Hippel, 1986) on myös varsin hyvin voimassa myös tietotekniikkapuolella. Open source –yhteisöjen organisaatiomuotoa on kuvattu termillä *verkostoitunut kerroksellinen meritokratia* (interlinked layered meritocracy) (Scacchi (2004),

Scacchi & Noll (1999)). Sanahirviön takana on organisaatio, joka painottaa jäseniensä meriittejä senioriteetin tai suhteiden sijaan. Pätevimille yhteisönjäsenille siten kerääntyy arvostus ja auktoriteetti, ja he usein toimivat hierarkian ylimpinä tahoina, vaikka käyttäjyhteisöissä harvemmin formaalisti esitettyä hierarkiaa tai rooleja löytyy, vaikka ne ovatkin käytännössä olemassa (Scacchi, (2004); Sowe et al. (2007)). Open Source –yhteisöt kasvavat yleensä hyvin orgaanisesti ja vähitellen, ja niissä usein näkyy projektin aloittajien kädenjälki (von Hippel & O’Mahony, 2005). On havaittu, että käyttäjyhteisöt suosivat juuri vähittäisiä uudistuksia radikaalien uudistusten sijaan (Scacchi, 2004). Voidaan hyvin nähdä, että Open Source –yhteisöt ovat hyvin kahtiajakoisia: toisaalta yhteisöt pyrkivät luomaan hyödyllisiä sovelluksia, toisaalta he pyrkivät rakentamaan verkostoja osaavista ihmisistä ja pitämään yhteisöään yllä (mm. Lethbridge, Elliot & Singer (2005); Krogh, Spaeth & Lakhani (2003)).

Rakenteellisesti onnistuneen Open Source –projektin on nähty koostuvan seuraavista osista:

1. Kulttuuri, jossa auktoriteetti juontaa juurensa pätevyydestä
2. Selvät vastuut yhdistettynä delegoivaan ja osaaottavaan johtajuuteen
3. Modulaarinen projektirakenne, monimutkaisuuden välttämiseksi
4. Julkaisupolitiikka, joka mahdollistaa ripeän kehitystyön ja vakaan työjärjestelmän
5. Ansiota jaetaan tasapuolisesti kaikesta arvokkaasta työstä
6. Selkeät säännöt ja normit yhteisölle
7. Yksinkertaiset, mutta luotettavat välineet kommunikointiin, jotka ovat saatavilla kaikkialla. (Moon & Sproull, 2002)

Organisaation lisäksi toinen olennainen seikka työni näkökulmasta on myös Open Source ja käyttäjyhteisöjen motivaatiot työskennellä korvauksetta ohjelmistoprojektien parissa. Sisäsyntyinen motivaatio on olennaista (Evans & Wolf, 2005), mutta yleisesti ottaen nähdään että se ei ole koko totuus Open Sourcen ja käyttäjänvaatioiden takana. Lakhani & von Hippel (2003) esittävät kolme pääasiallista syytä Open Source kontribuutioihin: 1. Käyttäjän omat tarpeet kyseessä olevan ohjelmiston suhteen (myös Hertel, Niedner & Herrmann, 2003) 2. Nautinto työstä itsestään 3. Maineen kohentuminen Open Source –piireissä. He kuitenkin mainitsevat, että nämä syyt pätevät vain niin sanottuihin ydintehtäviin, kuten koodaamiseen, suunnitteluun ja kehittämiseen. Vähemmän hohdokkaisiin, mutta tarpeellisiin tehtäviin, nämä syyt eivät heidän mukaansa päde. Esimerkkinä tällaisesta toiminnosta ovat vaikkapa yleiset tukitoiminnot, joilla autetaan ihmisiä ongelmiansa kanssa. Lakhani & von Hippel (2003) havaitsivat, että osa motivaation syistä liittyy sovellusta itseään laajempaan ympäristöön, joko käyttäjyhteisöön itseensä tai Open Source –metodiin ideologiana.

Hertel, Niedner & Herrmann (2003) ovat perinpohjaisessa tutkimuksessaan Open Source - liikkeen asenteista lähestyneet asiaa hyvin monelta kannalta. He näkevät, että Open Source – liikkeen motiivit sosiaalisen liikkeen ja yhteisötyön valossa. Vastakohtana he tarkastelevat myös motivaatioita tiimityön näkökulmasta. He myös havaitsivat, että tekemisen nautinto ja maineen rakentaminen ovat todellakin keskeisiä motivaation lähteitä Open Source – projekteissa. Kiinnostavasti kuitenkin heidän tutkimuksensa näytti osoittavan, että erittäin tärkeä syy kontribuutioihin oli myös heidän identiteettinsä Linux-yhteisön jäsenenä. Käyttäjännovaatiotoiminnan viemä aika ei näyttänyt olevan suurikaan haitta jäsenien motivaatiolle.

Materiaaliset palkkiot eivät näytä merkitsevän paljon ihmisille, jotka toimivat Open Source – projekteissa. Sitä vastoin sosiaaliset palkkiot tai parannukset itse ohjelmaan näyttävät olevan huomattavan tärkeitä: vastavuoroisuus, yhteisön jäsenyys, tulevaisuuden parannukset sovellukseen, hauskuus. Sen sijaan motivaatiota syöviä elementtejä ovat nähtävästi tiukka kontrolli, etenkin harrastajien kohdalla, jotka eivät niinkään tee Open source –kehitystyötä omien tarpeidensa tyydyttämiseksi. Projekteihin osallistujat voidaan jakaa karkeasti kahteen ryhmään: harrastajiin ja tarvekeskeisiin suorittajiin. Eri motiivit vallitsevat eri ryhmissä: harrastajat motivoituvat toiminnan sosiaalisesta puolesta, kun taas suorittajat saavat motivaationsa pragmaattisista hyödyistä. (Shah, 2006)

Motivaatioista Open Source -projekteissa on paljon muutakin kirjallisuutta, mutta ne pyörivät hyvin pitkälti samojen teemojen ympärillä mitä olen yllä esitellyt. En katso tarpeelliseksi vyöryttää paperille enempää tekstiä motivaatioista käyttäjyhteisöissä, koska lisähyöty näiden hyvin motivaatioseikkoja kuvaavien artikkelien jälkeen on varsin pientä.

Kun lukee Open Source –kirjallisuutta ja artikkeleita, selviää nopeasti että monet kirjoittajista tuntuvat kirjoittavan aiheesta hyvin kirkkain silmin ja uskoen vakaasti Open Source - menetelmän loistavuuteen. Ennen kuin etenemme käyttäjännovaatioiden ja Open Sourcen mahdollisesti kiperimpään pulmaan, kaupallistamiseen, on hyvä antaa myös kriitikoille puheenvuoro.

Lyhyessä, mutta pätevässä artikkelissaan Brian Fitzgerald (2004) kertoo mitä selviä ongelmakohtia Open Source -metodissa on. Nämä samat pulmat ovat myös suurelta osin

sovellettavissa pelialan käyttäjännovaatioiden ongelmiksi. Fitzgerald toteaa, että suuri heikkous Open Source –projekteissa on se, että ne usein ovat hyvin riippuvaisia lahjakkaista johtohenkilöistään, ilman joiden tukea projekti usein hyytyy paikoilleen. Hän myös kyseenalaistaa Open Source –ohjelmien jatkuvan kehittymisen. Hänen mukaansa vapaaehtoiset koodaajat eivät ole kaikki ole niin sanottuja ”koodijumalia”, joten erityisesti kyvykkäiden perustajajäsenten lähdettyä on mahdollista että heitä seuraavat koodaajat saattavat lisätä koodiin virheitä tai bugeja, jotka heikentävät sovellusta. Täydellisen vapaa muokattavuus luo myös sen vaaran, että erilaiset Open Source –moduulit ja päivitykset saattavat olla toisistaan riippuvaisia, luoden yhä monimutkaisempia rakenteita, joiden toimintaperiaatteista ei enää saa helposti selvää. Usein muokattua koodia osaa päivittää ja ylläpitää ainoastaan sen luoja itse (Fontana, 2003).

Fitzgerald (2004) tekee myös tärkeän huomion, että pelkkä avoimen koodin olemassaolo ei missään nimessä takaa aktiivista Open Source –projektia tai käyttäjäjyhteisöä. Useimmiten Open Source –koodaajat haluavat myös keskittyä hohdokkaisiin tehtäviin (kuten koodaamiseen tai suunnitteluun), rutiininomaisten mutta tärkeiden tehtävien jäädessä usein tekemättä tai puolitehden (Fitzgerald, 2004). Esimerkiksi tekninen tuki ja testaus ovat juuri tällaisia tehtäviä, ja ovat etenkin ongelma yritystason asiakkaille, jotka edellyttävät tuotteilta näitä ominaisuuksia (Taft, 2005). On huomattu, että pelkät käyttäjäjyhteisöjen nettifoorumit eivät kaikissa tapauksissa riitä luotettavaksi tuen lähteeksi kaikissa tapauksissa (Fitzgerald, 2004).

Open Sourcen ja kaupallisten mahdollisuuksien välissä onkin selkeä kuilu (Taft, 2005), johon edellä mainitut seikat tarjoavat osittain selityksiä. Perusongelma kuitenkin Open Sourcea hyödyntäville kaupallisille yrityksille on Chesbrough'n & Appleyardin (2007) mainitsema perustavanlaatuinen ongelma: miten yritys pystyy realisoimaan Open Source –lähestymisen tuottaman arvonlisän? Tämä kysymys on myös herättänyt paljon huomiota Open Source – tutkijoiden parissa. On myös huomattu erilaisia lähestymistapoja avoimen lähdekoodin pulmaan. Osa tutkijoista ehdottaa ongelmanratkaisuksi hybridiratkaisuja, jotka pyrkivät yhdistämään kaupallistettavia ominaisuuksia Open Source –sovelluksiin (mm. West & Gallagher (2006), Shah (2003, 2006), Chesbrough & Appleyard (2007)). Toisaalta nähdään myös, että perinteisellä suhtautumisella Open Source -metodiin vapaana lähestymisenä ohjelmistoihin ja ohjelmointiin, voidaan saavuttaa hyötyjä yrityksille (mm. West & O'

Mahony (2005), West (2003)). Seuraavaksi esittelen nopeasti, miten eri artikkeleissa on lähestytty tätä kiperää ongelmaa.

Open Source –lähestymisestä voidaan erottaa erilleen Gated Source –lähestyminen, jossa pyritään yhdistämään yhteisöllisen tuottamisen hyödyt organisatoriseen kontrolliin ja yksityiseen omistajuuteen (Shah (2003) & Shah (2006)). Gated source –lähestymisessä koodin haltija kontrolloi koodia ja sen lisensointia käyttäjille (Shah, 2003). Kuten tullaan näkemään, tämä lähestyminen on hyvin lähellä käytäntöjä, joilla peliyhtiöt antavat loppukäyttäjien muokata tuotteitaan. Shah (2006) kuitenkin myöhemmässä työssään toteaa, että käyttäjät itse eivät ole kovinkaan tyytyväisiä tähän ratkaisuun. Vapaan muokattavuuden puute, jakelun rajoittaminen ja lisensoinnin kanssa ilmenevät pulmat liittyen rojalteihin ja maksuihin ovat rajoittaneet tämän lähestymisen suosiota ainakin perinteisellä ohjelmistoalalla.

West (2003) on myös pohtinut tätä samaa, rajoitetumpaa ja kontrolloidumpaa lähestymistä Open Sourcea kohtaan. Hän on kuitenkin havainnut, että ilmiössä on erilaisia asteita.

Yrityksillä on erilaisia mahdollisuuksia avata tuotteitaan suuren yleisön muokattavaksi:

1. Yritykset voivat luopua osasta oikeuksistaan ohjelmistonsa suhteen
2. Julkistaa osia teknologiastaan, josta saattaa olla hyötyä loppukäyttäjille. Näitä ratkaisuja voi yhdistellä eriasteisesti, kuten on tehty mm. Linuxin, Javan ja Mac OS:n (operating system) kanssa. Näin siis myös kaupalliset yritykset pystyvät hyötymään lähdekoodin avaamisesta ja käyttäjäyhteisöiden panoksesta. (West, 2003)

Edellä mainitun kaltainen kaupallisten firmojen myöntämä lupa ohjelmistojensa muokkaamiseen ja yritysten itselle edullisten Open Source –hankkeiden sponsorointi onkin eräs tapa, miten yritykset voivat saada nostetta tuotteilleen ja saada apua yhteisöiltä tuotteidensa kehitykseen (West & O'Mahony, 2005). Nämä hybridimallit kuitenkin herättävät aina kysymyksiä projektin omistajuudesta ja käyttäjien omistautuneisuudesta ulkopuolisten yritysten sponsoroimille hankkeille (West & O'Mahony, 2005).

Toisen näkökulman mukaan avoimeen Open Source –projektiin voidaan liittää ulottuvuuksia, tuotteita ja palveluita, joita voidaan sitten yritysten toimesta kaupallistaa. Erään näkökulman mukaan Open Source –projektit puhtaimmillaan lähestyvät luonteeltaan julkista hyödykettä, jota kaikki pystyvät käyttämään vapaasti (Chesbrough & Appleyard, 2007, s. 61). Tämä



lähestyminen parhaimmillaan kerää hyvin suuren määrän innokkaita käyttäjiä tuotteelle, jolloin syntyy mahdollisuus ja kysyntä kaupallisille lisätuotteille ja –palveluille emotuotteeseen liittyen. Erilaisia tuotteistamisvaihtoehtoja ovat mm. tukipalvelut, hybridimallit (esim. erillinen avoin ja suljettu versio ohjelmistosta) ja lisätuotteet. (Chesbrough & Appleyard, 2007)

Yhden tuotteen vapauttaminen Open Sourceksi pystyy lisäämään kysyntää muille tuotteille, joita luovuttaja edelleen myy (West & Gallagher, 2006). On huomioitu, että Open Sourcen käyttäjillä olisi ainakin teoreettisesti varsin suuri maksuvalmius (WTP, willingness-to-pay) paranneltuja ominaisuuksia kohtaan jopa Open Source –projekteissa (Franke & von Hippel, 2003), joten olisi järkevää olettaa että tuotetta tai sovellusta parantavat maksulliset lisätuotteet tai -palvelut olisivat myös haluttuja. Lähdekoodin avaaminen myös auttaa, jos yritys pyrkii tekemään tuotteestaan standardia alallaan, jota puolestaan voidaan helposti laajentaa ja parantaa joko yritysten tai käyttäjien toimesta (mm. Chesbrough & Appleyard (2007), West & Gallagher (2006)).

On kuitenkin todettu, että ideologisista ja organisatorisista seikoista johtuen Open Source – lähestymistä sinällään on erittäin vaikeaa kaupallistaa (mm. West & Gallagher (2006), West & O'Mahony (2005), Chesbrough & Appleyard (2007)). Myös edellä mainitut esimerkit erilaisista hybridivaihtoehtoista, ovat parhaimmillaan vain hyviä kompromisseja. Tästä johtuen Open Source –lähestyminen ei ole vielä kovinkaan suosittu vaihtoehto monissa yrityksissä, sillä useat IT-alan yritykset pitävät kiinni tiukasti omasta henkisestä pääomastaan (West, 2003). Tutkimukseni puolesta onkin kiinnostava tarkastella pätevätkö nämä samat lainalaisuudet myös peliteollisuuteen, ja jos pätevät, niin miltä osin.

### 3.3 Peliteollisuus ja käyttäjäinnovaatiot

Käyttäjien luomia innovaatioita peliteollisuudessa ei voida asettaa erilleen Open Source – metodiin liittyvistä kaupallisista, motivaatio ja organisatorisista seikoista (Scacchi, (2004). Open Source –yhteisö ja etenkin pelimaailman modikulttuuri ovat toimintatavoiltaan erittäin samankaltaisia toistensa, vaikka joitain eroavaisuuksia kuitenkin ilmenee mm. tarkoituserien suhteen (Scacchi (2004), West & Gallagher (2006)).

Suurin osa käyttäjännovaatioihin liittyvästä kirjallisuudesta käsittelee juuri pelaajien itse luomia modeja, jotka muuttavat pelejä sekä luovat niihin uutta sisältöä. Toisin kuin Open Source –metodissa peliteollisuudessa käyttäjännovaatiot eivät yleensä lähde kukoistamaan suoraan tyhjästä tai käyttäjien aloitteesta. Useimmiten lähtökohtana on se, että yleensä itse peliyritykset antavat pelaajilleen työkalut innovatiivista toimintaa varten (kts. Katz & von Hippel, 2002), joilla pelaavat pystyvät muokkaamaan ja laajentamaan alkuperäistä peliä (Jeppesen (2004); Jeppesen & Molin (2003)). On myös havaittu, että osa pelinkehittäjistä jopa tukee aktiivisesti peliensä muokkausta tai modausta tekemällä peleistensä helposti muokattavia (Cleveland, 2001).

Tämä sopii erittäin hyvin pelituotteiden luonteeseen, sillä nähdään että pelit itsessään ovat erittäin modulaarisia kokonaisuuksia, jotka rakentuvat monista eri komponenteista (esim. grafiikkamoottori, ääniteknologia, fysiikkamoottori jne.) (Grantham & Kaplinsky (2005)). On myös huomattu, että pelikulttuuri on sinänsä varsin homogeeninen, että myös pelinkehittäjät ovat hyvin usein itsekin aktiivisia peliharrastajia, ja usein heidän jopa vaaditaankin olevan (Grantham & Kaplinsky (2005); Zackariasson, Wilfisz, & Wilson (2006)). Siispä kuuluisan pelijulkaisija Activisionin mainoslause, ”By gamers, for gamers”, ei ole lainkaan kaukaa haettu. Zackariasson, Styhre & Wilson (2006) ovat havainneet, että innokkaille peliharrastajille usein kerääntyy hyvin tarkkaa ja syvällistä tietämystä peleistä ja pelaamisesta. Tämä on saanutkin aikaan sen, että peliyritykset usein testaavat pelejään pelaajilla, kuuntelevat heidän palautettaan sekä ottavat ajoittain vastaan jopa ehdotuksia, sillä heillä on katsottu olevan arvokasta tietoa peleistä (Henfridsson & Holmström (2002)).

Kiinnostavasti useat peliyritykset ovat onnistuneet sallimaan peleihinsä varsin vapaan muokattavuuden, vaarantamatta kuitenkaan tuottamaansa henkistä pääomaa (Arakji & Lang (2007)). Tämä on sen vuoksi, että useimmiten pelaajan on kuitenkin ostettava peli, johon modeja on luotu (mm. Cleveland (2001); West & Gallagher (2006)). Peliyhtiöt useimmiten avaavat vain osan koodista pelaajille, jotta nämä pystyvät muokkaamaan pelin sisältöä, mutta jättävät tärkeimmät osat tuotteestaan suljetuiksi (Arakji & Lang (2007)). Normaali käytäntö on myös, että luotujen tuotoksien oikeudet säilyvät peliyhtiöllä (mm. Arakji & Lang (2007); Jeppesen (2004)). Täten näyttäisi, että peliteollisuus on varsin hyvin pystynyt välttämään ongelman, joka on saanut muun IT-alan varsin varovaiseksi lähdekoodin avaamista kohtaan. West & Gallagher (2006) pohtivat erääksi syyksi siihen sitä, että peliteollisuus toimii viihteen parissa toisin kuin useimmiten hyötysovelluksiin suuntautuneet Open Source –projektit,

jolloin motiivit liittyvät harrastuneisuuteen ja nautintoon, eikä niinkään taloudellisen hyödyn saavuttamiseen.

On huomattu, että pelaajat harvemmin luovat innovaatioitaan täysin itsekseen, vaan pyrkivät luomaan käyttäjäyhteisöjä, joissa he keskustelevat, jakavat ja luovat sisältöä yhdessä muiden pelaajien kanssa (mm. Jeppesen & Molin (2003), Arakji & Lang (2007)). Nämä yhteisöt noudattelevat suurelta osin Open Source –yhteisöistä tuttuja rakenteita ja tapoja (Scacchi, 2004), joita olen käynyt läpi edellisessä osuudessa. Yhteisöjen on nähty toimivan varsin autonomisesti riippumatta pelituottajasta (mm. von Hippel (2007), Jeppesen (2004)), vaikka näiltä useimmiten he saavatkin innovaatiotyön mahdollistavat työkalut. Arakji & Lang (2007) näkevät pelimaailman käyttäjäyhteisöiden keskeisinä toimijoina aiemmin mainitut huippukäyttäjät (lead-users) (kts. Von Hippel, 1986), jotka kehittävät innovaatioita peleihin oman pelikokemuksensa parantamiseksi sekä useimmiten myös yhteisöään varten.

Kirjallisuudessa on näkemys siitä, että pelikulttuurin käyttäjäyhteisöt ovat kykeneväisiä luomaan uutta tietoa mahdollisista ratkaisuista, suunnitteluprosesseista sekä innovaatiotyökaluista itsestään (Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004); Jeppesen & Molin, 2003). Piller et al. (2004) argumentoivatkin, käyttäen pelialaa esimerkkinä, että innovaatiotyökaluilla pystyy siirtämään Open Source –lähestymisen ideat ja käytännöt myös muille tuote- ja palvelualoille. Vielä kuitenkin voidaan sanoa, että radikaalien käyttäjäinnovaatioiden teko peliteollisuudessa vaatii kuitenkin hyvää teknistä osaamista työkalujenkin avulla (Cleveland, 2001), joten voidaan nähdä että pätevimmät huippukäyttäjät edelleen johtavat käyttäjäinnovaatioiden kehitystä. Jeppesen & Molin (2003) kuitenkin näkevät, että uudet ideat rakentuvat kuitenkin mitä suurimmalta osin vuoropuhelussa yhteisön jäsenten välillä. On kuitenkin syytä muistaa, että suuri osa loppukäyttäjistä kuitenkin on vain passiivisia pelaajia, jotka eivät etsi tietoa modeista, saattikka luo itse niitä (Arakji & Lang (2007); Jeppesen & Molin (2003)).

Käyttäjäyhteisöiden luomat käyttäjäinnovaatiot ovat erittäin vaihtelevia sekä skaalaltaan että laadultaan. Arakji & Lang (2007) ovat jakaneet modit kolmeen käyttökelpoiseen kategoriaan:

1. Amatöörimäiset ja pienimuotoiset modit, jotka jäävät useimmiten pelaajan omaan käyttöön
2. Laadukkaat modit, jotka usein jaetaan myös peliyhteisön kesken
3. Kaupallisen tason modit, jotka peliyritys muokkaa kaupallisiksi tuotteiksi. Käyttäjäinnovaatiot eivät kuitenkaan rajoitu ainoastaan pelisisällön muokkaamiseen, vaan loppukäyttäjät muokkaavat myös

innovaatiotyökalujaan monipuolisemmiksi ja kattavammiksi (Prügl & Schreier, 2006). Käyttäjää ei siis välttämättä rajoita edes annettujen työkalujen alkuperäiset rajoitukset. On myös havaittu, että huippukäyttäjät (lead-users) ovat myös valmiita käyttämään parhaimmillaan hyvin paljon aikaa pelisisällön luomiseen, jopa kymmeniä tunteja viikossa (Prügl & Schreier, 2006).

Käytännön taloudellisista hyödyistä ei ole vielä järkeä paljon esimerkkejä kirjallisuudessa, mikä tuo esiin seikan, että tämän alan tutkimus on vielä varsin nuorta. Pelimaailman käyttäjännovaatioiden ehdottomasti suurin menestystarina on Half-Life –pelin erittäin laadukas Counter-Strike –modi, josta tuli ajan saatossa suosituampi kuin emopelistään, ja joka myöhemmin kaupallistettiin omaksi pelikseen. Myös suuremmat peliyhtiöt kuten mm. Id Software, Bethesda Softworks ja Epic Games ovat havainneet, että modeista on myös taloudellista hyötyä lisääntyneiden myyntien muodossa (myös Cleveland, 2001). (Arakji & Lang, 2007)

Jeppesen (2004) on ehdottanut kahta tapaa taloudellisesti hyötyä loppukäyttäjien luomista modeista: 1. Antaa laadukkaiden modien itsekseen kerätä suosiota harrastajayhteisöjen keskuudessa ja tällä tavoin lisätä emopelin myyntiä 2. Hankkia itselleen laadukkaimmat modit yhteisöistä ja kaupallistaa ne omiksi tuotteikseen.

Pelaajille modauksen hyötyjen nähdään olevan mm. pelaajien omien tarpeiden parempi toteutuminen (Prügl & Schreier, 2006), pelisisällön laajeneminen (West & Gallagher, 2006) sekä mahdollinen työllistyminen pelialalle laadukkaiden käyttäjännovaatioiden luonnin seurauksena (Cleveland, 2001).

Ennen siirtymistä seuraavaan osioon, tuon esille vielä joitain huomioita pelialan käyttäjännovaatioihin liittyvästä kirjallisuudesta. Kuten alussa mainitsin, kirjallisuutta ei ole vielä järkeä paljon, ja siitä suuri osa näyttäisi nojautuvan aiempaan tutkimukseen innovaatiotyökaluista ja Open Source –metodin havainnoituihin käytäntöihin. Peliteollisuuden käyttäjännovaatiot ovat myös melko suppeasti ja hieman sekavasti käsitteellistettyjä nykykirjallisuudessa. Pelialan käyttäjännovaatioista kertova kirjallisuus keskittyy hyvin paljon käyttäjyhteisöjen toimintaan, mutta kertovat varsin vähän käyttäjien vuorovaikutuksesta peliyhtiöiden suuntaan. Myös varsinaisten innovaatiotyökalujen luonteesta, ominaisuuksista ja vaatimuksista nykykirjallisuus puhuu harmittavan vähän.

Näihin kysymyksiin ja ongelmiin tulen palaamaan seuraavassa luvussa, jossa tulen esittelemään peliteollisuuden käyttäjännovaatit sekä niiden ominaisuudet ja muodot pääpiirteissään.

#### **4. Käyttäjänovaatiot peliteollisuudessa**

Käyttäjänovaatiot peliteollisuudessa ovat erittäin kiehtova uusi ilmiö, joka näyttäisi olevan saanut innoituksensa Open Source –metodin viitoittamalta tieltä (Gallagher & West (2006); Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004)). Kiinnostavaksi tämän aiheen tutkimisen tekee kuitenkin, että nuo periaatteet ja organisaatiotavat ovat siirtyneet pelikulttuuriin, joka toimii täysin erilaisessa kontekstissa. Varsin pragmaattisen ja hyötyä tavoittelevan Open Source –liikkeen sijasta olemmekin täysin vastakkaisessa ympäristössä, jossa hauskuus ja nautinto ovat pääosassa.

Onkin tärkeää tarkastella peliteollisuuden käyttäjänovaatioita niiden omilla ehdoillaan. Tässä empiiristä aineistoani edeltävässä luvussa esittelen hieman pelialan käyttäjänovaatioiden toimintamekaniikkaa yleisemmällä tasolla ennen kuin alamme lähestyä käytäntöjä lähisemmin. Pyrin esittelemään tässä luvussa tutkimani ilmiön eri osaluueita:

1. Ilmiön historia
2. Käyttäjänovaatioiden merkitys ja ominaisuudet
3. Käyttäjänovaatioiden keskeiset toimijat sekä toimintaympäristö
4. Käyttäjänovaatioiden kaupalliset mahdollisuudet.

Tarkastelen näitä seikkoja, jotta lukijalle syntyy hyvä kuva, mistä pelialan käyttäjänovaatioista on kyse ja minkälaisessa kontekstissa käyttäjänovaatiot syntyvät ja toimivat. Pyrkimykseni on antaa käyttäjänovaatioista tarkempi ja eritellympi kuva kuin mitä nykyiset aiheita käsitelleet tutkimukset ovat antaneet. Tämän luvun väitteet perustuvat suurelta osin kirjallisuuden antiin, omaan kokemukseeni peliharrastajana sekä ajankohtaisiin havaintoihin peliyhteisöistä sekä –tuotteista.

## 4.1 Pelikulttuurin käyttäjännovaatioiden historia

### *4.1.1 Pelihistorian alkujuuret*

Peliteollisuus on erittäin nuori teollisuudenhaara, ja sen käyttäjännovaatiot ilmiönä vieläpä paljon nuorempi. Videopelit saivat alkunsa yhdysvaltalaisen yliopiston uumenissa harrasteprojekteina 50-60 –lukujen vaihteessa (Arakji & Lang, 2007). Ensimmäinen tunnettu videopeli oli nimeltään Spacewar, joka syntyi MIT:n sähköinsinöörien taidon näytteenä vuonna 1961 (Herz, 1997). Kuriositeettina tieto on varsin kiinnostava, mutta varsinaisen uuden teollisuudenalan lähtölaukauksesta oli turha vielä puhua. Kesti noin 70-80 –lukujen vaihteeseen saakka ennen kuin peliteollisuus alkoi hiljalleen muodostua oikeaksi liiketoiminnaksi (Grantham & Kaplinsky, 2005). Tätä kehitystä vauhditti huikean suosittu menestyspelit kuten Pong, Space Invaders ja Pac-Man. Näistä ajoista kuitenkin oli vielä matkaa siihen kun peliteollisuus olisi miljardien dollarien liiketoimintaa, joka haastaisi itse Hollywoodinkin tuloillaan (ESA, 2008).

### *4.1.2 Käyttäjännovaatioiden aamunkoitto*

Kiinnostavasti ennen kuin käyttäjännovaatioista edes tiedettiin pelialalla, pelaajat olivat jo 80-luvulla alkaneet itse muokkaamaan peliensä sisältöä omaksi viihteekseen (Jeppesen, 2004). Tämä oli luvaton peliohjelmiston hakkerointia, jossa pelaajat itse luvatta avasivat pelien sisältöä itselleen muokattavaksi, mutta siinä oli kuitenkin alkupiste pelaajien oman sisällön tuotannolle. Se oli myös aikainen muistutus siitä, että peliharrastajilla oli taitoa ja tahtoa luoda ja löytää omia ratkaisujaan peleihin. Tapahtumana 80-luvun pienimuotoinen hakkerointi jää kuitenkin samaan asemaan kuin maailman ensimmäinen videopeli Spacewar, eli mielenkiintoiseksi kuriositeetiksi.

### *4.1.3 Peliyritysten ja loppukäyttäjien yhteistyön alku*

Vasta 90-luvun alusta lähtien mahdollisuuksia käyttäjännovaatioihin sekä sisällönluomista alettiin pelivalmistajien toimesta integroida peleihin, jolloin pelaajat pystyivät valmistajien tarjoamalla työkaluilla luomaan itselleen uutta sisältöä peleihinsä sekä luomaan uusia ratkaisuja. Itse katson tärkeäksi jakaa puhuttaessa näistä asioista nämä työkalut näin aluksi kahteen karkeahkoon kategoriaan: alhaista teknistä osaamista vaativiin editoreihin ja korkeaa

teknistä osaamista vaativiin modityökaluihin (kts. Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004); Prügl & Schreier (2006)). Rajanveto erityisesti nykypäivänä ei ole enää läheskään näin yksinkertainen, mutta palaan siihen vielä myöhemmin työssäni. Ensimmäisiä alhaisen osaamisen editoreita olivat mm. vuonna 1991 julkaistu Bard's Talen editori sekä 1992 ilmestynyt Forgotten Realms Unlimited Adventures (Wikipedia: Mod (gaming), 2009). Kirjallisuudessa useammin käsitelty korkeaa osaamista vaativa pelien modaus ja sen synty varsinaisesti mahdollistui, kun id Softwaren John Carmack päätti vuonna 1997 avata Doom-pelin lähdekoodin pelaajien muokattavaksi (Jeppesen, 2004). Tämän päätöksen myötä pelin modaus helpottui huomattavasti ja Doomien pelaajayhteisö nopeasti loi peliin uusia kenttiä, ominaisuuksia ja jopa työkaluja, joilla helpottaa pelin muokkaamista entisestään (Jeppesen, 2004). Lähdekoodin avaaminen osoittautui siis hyvin onnistuneeksi valinnaksi Doomille, josta ilmiö lähti kehittymään.

Positiivisesti yllättyneinä id Software seuraavassa pelissään Quake helpotti entisestään pelaajien mahdollisuuksia omien innovaatioiden luomiseen tarjoamalla pelaajille ensimmäistä kertaa omia kehitystyökalujaan pelin muokkaamiseksi (Jeppesen, 2004). Seuraava suurempi ilmiö käyttäjänovaatorintamalla oli Valve Softwaren Half-Life -pelin ilmestyminen. Pelin luontiprosessi itsessäänkin oli ollut erittäin modulaarinen ja käyttäjäyhteisöjä hyödyntävä: grafiikkamoottori oli lisensoitu id Softwarelta ja monet kehitystyökaluista oli hankittu Quaken käyttäjäyhteisöiltä (Jeppesen, 2004). Sisällönluonti, ja etenkin modaus, eivät olleet noihin aikoihin kuitenkaan vielä suuria ilmiöitä peliteollisuudessa. Ilmiön toi maailmankartalle rytinällä modi nimeltä Counter-Strike, joka oli tehty Half-Lifen pelialustalle (Arakji & Lang (2007), Jeppesen 2004). Counter-Strike osoitti, mitä modauksella on mahdollista saada aikaiseksi parhaimmillaan. Counter-Strike itsessään oli äärimmäisen laadukas ja vetovoimainen tuote, jonka Valve myöhemmin kaupallisti omaksi pelikseen. Counter-Strike toi käyttäjänovaatiot pelimaailman tietoisuuteen ja näytti, miten korkealle rima on mahdollista asettaa.

#### *4.1.4 Käyttäjänovaatioiden nykytilanne pelimaailmassa*

Counter-Striken suosioista voimaa saaneena käyttäjänovaatiot ovat lähteneet levittäytymään hiljalleen halki pelikulttuurin. Käyttäjänovaatioihin on mahdollista törmätä yhä useammissa peligenreissä. Muutamat pelit ovat jopa tehneet sisällöntuotannosta keskeisen



myyntiargumentin omiin tuotteisiinsa, parhaina esimerkkeinä mm. Neverwinter Nights (Atari), rFactor (ISI) ja LittleBigPlanet (Sony).

Kirjallisuudessa esitelty idea, että loppukäyttäjät loisivat itse oman sisältönsä ja innovaationsa peleihin (mm. Jeppesen & Molin (2003), Arakji & Lang (2007)) on kuitenkin jokseenkin idealistinen. Tiettyjä onnistuneita esimerkkejä lukuun ottamatta, voidaan nähdä että mahdollisuus sisällöntuotantoon ja käyttäjännovaatioihin on edelleen lisäominaisuuden asemassa pelituotteissa, sen sijaan että ”peliryitys tekee 80% pelistä ja loppukäyttäjät työkaluillaan loput 20% (Jeppesen & Molin, s. 380, 2003)”. Peleihin ei pysty suhtautumaan samalla tavoin kuin hyötytuotteisiin, joille on tärkeintä toimia niin kuin niiden on tarkoitus. Pelintekijöillä on usein oma kunnianhimonsa ja visionsa peliensä suhteen, joten he eivät oletettavasti julkaise pelejään vajavaisina, jotta pelaajat voivat tehdä ne itse loppuun (Soares, 2009). Vaikka käyttäjännovaatiot eivät tähän päivään mennessä ole vielä oman näkemykseni mukaan nousseet selvästi estradille, on niiden suosio ollut jatkuvassa tasaisessa kasvussa ja enää ei ole montaakaan peligenreä, jossa modeihin tai käyttäjännovaatioihin ei törmäisi. Käyttäjännovaatiot ovat siis kulkeneet pitkän matkan tietyn peligenren erikoisilmiöstä pelikulttuurin pysyväksi osaksi. Minkä vuoksi käyttäjännovaatiot eivät sitten ole saavuttaneet lopullista läpimurtoaan, vaikka historiansa puolesta sen enteet ovat olleet erittäin suotuisat? Sekä pelaajat että pelifirmat suhtautuvat ilmiöön varsin suotuisasti (mm. Cleveland (2001), West & Gallagher (2006)). Tämän lisäksi myös monet muut modit erittäin suosittu Counter-Striken jälkeen ovat näyttäneet mihin innovatiiviset käyttäjät parhaimmillaan pystyvät. Tähän kiinnostavaan kysymykseen saattaa löytyä tiettyjä selityksiä, kun lähdemme tarkastelemaan käyttäjännovaatioita ilmiönä seuraavissa kappaleissa.

## 4.2 Käyttäjännovaatioiden merkitys ja ominaisuudet

### *4.2.1 Käyttäjännovaatioiden ominaisuudet*

Tässä osuudessa pyrin avaamaan käyttäjännovaatioita käsitteenä. Mitä ne ovat ja missä muodoissa ne oikein ilmenevät peliteollisuudessa? Käsittelin hyvin lyhyesti jo johdannossani mitkä asiat lasken käyttäjännovaatioiden piiriin, mutta tässä osiossa tulen avaamaan noita käsitteitä ja katsomaan, mitä ne sisältävät.

Kuten työni johdannossa mainitsin, käyttäjännovaatiot tämän työn kontekstissa voidaan jakaa kahteen eri osa-alueeseen: 1. Loppukäyttäjien tekemiin ehdotuksiin innovatiivisista tuoteparannuksista tai uusista pelikonsepteista 2. Käyttäjien joko editoreiden tai modaustyökalujen avulla itse luomiin innovatiivisiin luomuksiin. Aloitan ensin perinteisemmän vaihtoehdon esittelystä, eli palautteen ja yleisten ehdotusten kautta tulleista innovatiivisista ideoista.

### *1. Käyttäjännovaatiot ideoiden, keskustelujen ja ehdotusten muodossa*

Tätä näkökulmaa ei ole tarkasteltu pelien käyttäjännovaatioita käsittelevässä kirjallisuudessa kovinkaan paljon. On kuitenkin selvää, että tämä on ehdottomasti eräs selvimmistä ja suoraviivaisimmista kanavista, miten loppukäyttäjä voi tuoda ideansa peliyhtiöiden tietoisuuteen.

Voimme olettaa, että pelaajille kerääntyy tietoa miten pelejä pelataan, mikä niissä toimii ja ei toimi (Zackariasson, Styhre & Wilson, 2006). Täten pelinkehittäjille on tärkeää saada heiltä tietoa, miten pelikokemusta voisi parantaa (Henfridsson & Holmström, 2003).

Tämän lähestymisen voimme jakaa kahtia: 1. Pelinkehittäjän aloitteesta lähtevään tiedonetsintään 2. Loppukäyttäjän aloitteesta lähtevään tiedontarjontaan. Ensimmäisen vaihtoehdon lähestyminen voidaan toteuttaa esimerkiksi pelinkehittäjien avoimena kutsuna ideointiin pelaajille (Henfridsson & Holmström, 2003), pelituotteen testaamisena (mm. Pääjärvi (2009), Hyvärinen (2009)) tai jopa suoranaisten innovatiivisten ideoiden esilletuontiin tähtävien sovellusten luontina (Füller, Bartl, Ernst & Mühlbacher (2006)). Nämä käyttäjien palautteen ja ideoiden saantiin tähtäävät metodit, jotka kehittäjät itse aloittavat, ovat yleensä hyvin tiiviisti kiinni itse tuotteen kehitysprosessissa ja ne tehdään yrityksen omien tarpeiden täyttämiseksi (Pääjärvi (2009); Hyvärinen (2009)). Tämä lähestymistapa siis harvemmin keskittyy innovatiivisten ideoiden vapaaseen kartoitukseen tai yleiseen ideointiin pelaajien kanssa, vaan tavoitteet ovat usein hyvin tarkasti määritelty. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, ettei tämänkaltainen suunnitelmallinen vuorovaikutus voisi tuottaa myös innovatiivisia ideoita (Füller, Bartl, Ernst & Mühlbacher (2006)), mutta useimmiten se ei kuitenkaan ole ainakaan vuorovaikutuksen ensisijaisena lähtökohtana (Hyvärinen (2009), Pääjärvi (2009)).

Vastakkainen näkökulma on loppukäyttäjien aloitteesta lähtevä ideointi. Nykypäivänä palautteen ja ideoiden lähettäminen yrityksille on erittäin helppoa. Haastatteluideni perusteella palautteen ja ideoiden lähettäminen on suurelta osin siirtynyt Internetiin. On helposti ymmärrettävää, että teknisesti osaavat pelaajat eivät usein lähetä kirjeitä yrityksille tai soita puheluita. Käyttäjälähtöinen tiedontarjonta voi olla sekä suoraa että epäsuoraa. Suora yhteydenotto tarkoittaa, että käyttäjä ottaa suoraan yhteyttä yritykseen ja kertoo ideansa. Epäsuora tapa on keskustella yrityksen peleihin liittyvistä aspekteista ja tehdä niihin liittyviä ehdotuksia esimerkiksi peliyrityksen keskustelufoorumeilla, joilta ne saattavat kantautua myös kehitystiimin korviin. Tekemieni haastatteluiden ja havaintojeni perusteella tämä suorat yhteydenotot eivät missään nimessä ole pelifirmojen suosiossa.

Käyttäjien peliyhtiöille välittämässä ehdotuksissa ja ideoissa on käytännön tasolla muutama vakava ongelma, joka selvästi on alentanut lähestymisen käyttöarvoa. Ensimmäinen ongelma on se, että pelaajien ideat harvemmin sopivat peliyhtiöiden ideoimaan kokonaisuuteen (Soares, 2009). Esimerkiksi ammattikirjallisuudesta selviää, että pelituotanto itsessään on selkeä prosessi, ei satunnainen ketju eri toimintoja. Täten satunnaisten ehdotusten ja ideoiden yhteensopivuus on useimmiten hyvin heikko, koska niiden olisi jotenkin sovittava itse tuotantoprosessiin. Ideoiden esilletuonti onkin tehokkainta silloin, kun yritys itse tarvitsee tietoa pelaajilta pelinkehitystään varten. Vaikka peliyhtiöt harvemmin odottavat innovaatioita pelaajilta, näissä tilanteissa pelaajien esille tuomat ideat on kuitenkin helpompi integroida tuotteeseen, koska vuorovaikutus ja sen mahdolliset vaikutukset on suunnitelmallisesti otettu mukaan tuotantoprosessiin.

Toinen selkeä ongelma on tiedon ”tahmea” luonne, mikä aiheuttaa sen että tiedon siirtäminen käyttäjien ja tuottajien välillä on vaivalloinen ja resursseja vievä prosessi (von Hippel, 1994). Tämä pätee myös pelialalle (mm. Jeppesen & Molin, 2003; Arakji & Lang, 2007), vaikka periaatteessa molemmilla osapuolilla onkin useimmiten yhteinen kokemuspohja peliharrastajina (Zackariasson, Styhre & Wilson, 2006). Vaadittu tietotransaktioiden määrä kuitenkin tekee tiedonsiirrosta hidasta ja vaivalloista, etenkin jos ideoista joudutaan keskustelemaan useaan otteeseen ja useiden käyttäjäryhmien kanssa (von Hippel, 1994). Laadukkaiden käyttäjänovaatioiden esille saaminen käyttäjien ehdotusten ja ideoiden kautta on paljon resursseja vaativa prosessi, sillä tietoa joudutaan tällöin käsittelemään useassa eri keskittymässä, sekä firmassa että käyttäjäyhteisöissä. Tämän vuoksi peliyrityksissä usein

vuorovaikutus pelaajien kanssa pyritään pitämään varsin tavoitteellisena, eikä laajana ja vapaana ideafoorumina. Idealistisena lähtökohtana se kuulostaisi hyvältä, mutta sen vaatimat resurssit olisivat huikeat (Soares, 2009; Pääjärvi, 2009). Tulen aineistossani käsittelemään tätä ilmiötä hieman tarkemmin ja kertomaan, mitkä käytännön seikat myös estävät innovatiivista tuottaja-loppukäyttäjä –vuoropuhelua pelimaailmassa.

Pyrin tuomaan tämän lähestymistavan käyttäjäinnovaatioihin myös päivänvaloon, sillä se on kirjallisuudessa jätetty paljolti käsittelemättä. Toisaalta ymmärrän myös miksi, sillä jo prosessina järjestelmällinen ja jatkuva loppukäyttäjien ideoiden käsittely ja niistä keskustelu olisi uskomattoman raskas ja resursseja vievä prosessi. Tästä voimme kuitenkin siirtyä käsittelemään käyttäjien itse luomia innovaatioita, joiden asema onkin huomattavasti kiintoisampi.

## *2. Käyttäjien luomat innovaatiot: käyttäjäsivät sekä modit*

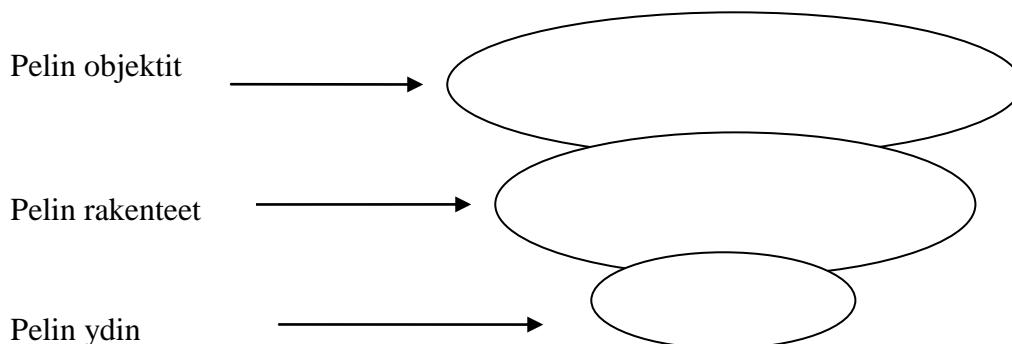
Kuten tämän luvun lyhyessä historiikissani mainitsin, käyttäjille on auennut viime vuosikymmenen aikana yhä paremmat mahdollisuudet toteuttaa itsenäisesti omia innovaatioitaan peleissä. Tämä tarkoittaa, että pelaajien ei tarvitse enää suunnata ideoitaan peliyrityksille, vaan he voivat itse suunnitella yhä useampia aspekteja peleistä itse. Tämän on mahdollistanut peliyritysten yhä avoimempi suhtautuminen pelaajien oikeuksiin luoda omaa sisältöään peleihin. Etenkin erilaisten pelieditoreiden ja modaustyökalujen yhä lisääntynyt määrä ja laatu on mahdollistanut entistä laajemman valikoiman erilaisia tapoja pelaajille tuoda omia ideoitaan esille peleissä.

Nykypäivänä pelaajien luomien innovaatioiden kirjo onkin erittäin mittava. Kirjallisuudessa käyttäjäsivallön ja varsinaisten modien välille ei ole tehty juuri lainkaan eroja. Kyseessä on loppujen lopuksi aste-erot, mutta käsitteellisesti asia on varsin tärkeä. Kyseessä on pääasiallisesti jako alhaisen taitotason (low-end toolkits) ja korkean taitotason (high-end toolkits) työkaluilla tuotettuun sisältöön (Piller, Ihl, Fuller & Stotko (2004)). Rajanveto näiden kahden lähestymisen välille on jossain määrin keinotekoinen, mutta se auttaa havainnollistamaan, että kyse ei ole täysin samasta asiasta, vaan myös tiettyjä tärkeitä eroavaisuuksia löytyy. Seuraavaksi tulen esittelemään, miten määritelmässäni käyttäjäsivät eroaa puhtaista modeista.

## Käyttäjäsältö

Yleisesti ottaen pelaajien luoma käyttäjäsältö on pelin sisäisillä tai mukana tulleilla editoreilla tehtyä. Yleensä käyttäjäsältö keskittyy pelin tiettyihin kapeisiin aspekteihin, joihin pelinkehittäjät ovat tarjoamiensa editorien kautta antaneet luvan vaikuttaa. Käyttäjäsältö on siis tiiviissä suhteessa sen mahdollistaneeseen editoriin. Hyvänä esimerkkinä voimme ottaa vaikkapa konsoleille ilmestyneen Forza Motorsport –autopelin (Turn 10 Studios, 2007), jossa on mahdollista muokata erittäin yksityiskohtaisesti autojen ulkonäköä pelin sisäisellä editorilla, mutta muita pelin aspekteja, kuten vaikkapa ratoja tai autojen ajo-ominaisuuksia, ei voi muokata. Toinen esimerkki voisi olla vaikkapa Trackmania–ajopelin (Focus Home Interactive, 2004) rataeditori, jolla voi tehdä huimia ja mielikuvituksellisia ratoja, mutta jolla ei voi vaikuttaa pelin muihin ominaisuuksiin. Toisin sanoen käyttäjäsällön luonnin mahdollistavat editorit sallivat uusien innovaatioiden luonnin, mutta yleensä ainoastaan pelinkehittäjien antamien objektien ja säännönlaisuuksien rajoissa. Innovaatiot ovat mahdollisia, mutta ne tapahtuvat pelinkehittäjien rajaaman suunnittelutilan sisällä (Baldwin, Hienerth & von Hippel, 2006). Käyttäjäsällön voi siis eräästä näkökulmasta nähdä olevan eräänlaista peliyhtiöiden ennakoitua ja integroitua käyttäjän innovaatioiden mahdollistamista.

Seuraava kuvio havainnollistaa käyttäjäsällön ja modauksen välistä suhdetta:



Kuvio 1: Mukaelma Jeppenin & Molinin (2003) kuviosta, sivu 369, kuvio 3

Voidaan siis nähdä, että käyttäjäsällössä loppukäyttäjä pystyy järjestelemään uusiksi peliin luotuja objekteja, esimerkiksi ratoja, kenttiä tai pelihahmoja. Pelin rakenteet kuitenkin säilyvät yleensä varsin muuttumattomina, koska niitä harvemmin pääsee muuttamaan varsin

vapaasti ainakaan pelinkehittäjien tarjoamien alhaisen taitotason editorien (low-end user-toolkits) myötä. Myös valmiiden objektien muokkauksella ja yhdistelyllä voidaan usein päästä ennennäkemättömiin, yllättäviin ja hauskoihin lopputuloksiin, vaikka omalla tavalla määrittelemäni käyttäjäsältö usein rajoittuukin vain tiettyihin osa-alueisiin pelistä. Hienoja esimerkkejä innovatiivisesta käyttäjäsällöstä on havaittavissa muun muassa *Sporessa* (Maxis, 2008) ja *LittleBigPlanetissa* (Sony, 2008), joissa pelinkehittäjät itsekin ovat yllättyneet siitä mitä loppukäyttäjät ovat heidän editoreillaan saaneet aikaiseksi.

### *Modit*

Käyttäjäsältö on siis peliin integroitua, ja usein myös ennakoitua, ajoittain innovatiivista sisältöä peliyhtiön luvalla. Kun siirrymme tarkastelemaan modeja, alamme astua ulos peliyhtiöiden asettamista raameista ja odotuksista. Modaus useimmiten mahdollistaa pelin objektien käsittelyn lisäksi myös pelin rakenteiden käsittelyn (kts. Kuvio 1). Tämä on myös usein tietoinen valinta peliyhtiöltä, mm. Valve Software avasi 80% *Half-life* -pelinsä sisällöstä pelaajien muokattavaksi (Arakji & Lang, 2007). Peliyhtiöt kuitenkin harvemmin avaavat pelejensä lähdekoodia kokonaan, sillä muuten kyseessä olisi luonnollisesti avoimen lähdekoodin tuote, jota ei pystyisi enää tehokkaasti kaupallistamaan (Gallagher & West, 2006; Chesbrough & Appleyard, 2007).

Modit ovat myös erillisiä kokonaisuuksia emopelistään, joka toimii niiden alustana. Pelataksaan modia on liki poikkeuksetta omistettava alkuperäinen peli. Modit kuitenkin ovat erillisiä ohjelmistopaketteja tai tiedostoja, jotka asennetaan alkuperäisen pelin alaisuuteen. Tämä kuvaa hyvin sitä, miten kaukana modit ovat perinteisestä käyttäjäsällöstä. Modit eivät yleensä ole täysin lähtöisin käyttäjien omasta aloitteesta, sillä useimmiten peliyhtiö joka haluaa tukea pelinsä modausta, julkaisee peliinsä työkalut, joilla loppukäyttäjät pystyvät peliä muokkaamaan (mm. Cleveland, 2001; Jeppesen, 2004; Gallagher & West, 2006). Työkaluista ja niihin liittyvistä seikoista tulen kuitenkin puhumaan myöhemmin.

Modien avulla pelaajat pystyvät toteuttamaan paljon vapaammin omia ideoitaan, sillä toisin kuin pelien sisäisissä editoreissa, pelinkehittäjien asettamat rajoitukset ja olemassa olevat objektit eivät enää rajaa suunnittelutilaa. Modauksella pystyy muokkaamaan liki kaikkia pelin osa-alueita ja rakenteita, mutta läheskään kaikki modit eivät edes tähän pyri. Arakji & Lang

(2007) ovatkin jakaneet modit kahteen kategoriaan: 1. Osittaisiin muunnoksiin (partial conversions) sekä 2. Totaalisiin muunnoksiin (total conversions). Osittaiset muunnokset keskittyvät yleensä pelin yhden osa-alueen rakenteiden tai objektien muuttamiseen, esimerkiksi graafisen ulkoasun muuttamiseen, pelattavuuden hiomiseen tai vaikkapa uusien pelialueiden lisäämiseen. Totaaliset muunnokset muuttavat liki kaikkia pelin osa-alueita ja rakenteita, luoden liki tyystin uuden pelituotteen. Totaaliset muunnokset ovatkin usein pelaajien ja peliyhtiöiden keskuudessa ihailumpia saavutuksia pelimaailman käyttäjännovaatioista.

### *Modien innovatiivisuus ja modien tyypit*

Modien kirjo on valtava. Suuri osa modeista ei ikinä edes tule julkiseen levitykseen (Prügl & Schreier, 2006), mutta niiden kirjo on tällaisenaankin erittäin suuri. Myös modaustyökalujen luomispotentiaali on valtava. Kiinnostavasti nykyinen kirjallisuus on ottanut hyvin vähän kantaa siihen, pystyykö innovaatiotyökaluilla (kts. Katz & von Hippel, 2002) oikeasti tuottamaan innovatiivisia ratkaisuja. Työkalut toki mahdollistavat sen, mutta realisoituuko innovatiivinen potentiaali? Jos realisoituu, niin minkälaisia innovaatioita työkaluilla oikein saadaankaan aikaiseksi? Seuraavaksi esille tuodut asiat ovat pääasiassa omia mietintöjäni asian tiimoilta.

Omat kokemukseni ja havaintoni modien parista ovat nostaneet esiin seuraavanlaisia havaintoja. Suurin osa modeista ei missään nimessä ole innovatiivisia. Suurin osa modeista on pieniä *pragmaattisia muutoksia* peliin, jotka vastaavat oman näkemykseni mukaan eniten sen luoja omiin tarpeisiin. Esimerkiksi autopelin ajoneuvo ei käyttäydy pelaajan mielestä riittävän realistisesti ominaisuuksiltaan, pelaaja voi modata auton käyttäytymään realistisemmin, täten parantaen omaa pelikokemustaan (Pääjärvi, 2009). Joku muu saattaa hyötyä tästä tietystä ratkaisusta, jos sen kehittäjä julkaisee sen, mutta pääasiassa muutos on tehty tyydyttämään yksittäisen pelaajan tarpeita.

Prügl & Schreier (2006) toivat esiin eräänä modien innovaation mittarina modin uutuusarvon (novelty) ja miten paljon se muuttaa alkuperäistä peliä. Täten voidaan argumentoida, että lisäykset, jotka periaatteessa vain jatkavat alkuperäistä peliä, eivät ole innovatiivisia. Jos käyttäjä tekee 15-kenttäiseen peliin yhden uuden kentän, joka ei ratkaisuiltaan eroa mitenkään

aiemmista kentistä, niin tätä en itse katsoisi käyttäjältä innovatiiviseksi toiminnaksi. Itse kuvailisin tätä *laajennetuksi sisällöksi*, en niinkään innovaatioksi. Tämä on usein juuri käyttäjäsällön rajoite, sillä usein alhaisen taitotason työkaluilla (Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004)) pystyy helposti luomaan lisää sisältöä tuotteisiin, mutta innovatiivisten ratkaisujen löytäminen työkalujen rajoitteiden puitteissa voi olla haastavaa ja vaatia käyttäjältä aivan uusia tapoja lähestyä tuttuja objekteja. Onnistuessaan käyttäjäsältö voi kuitenkin olla *innovatiivista sisältöä*, joka sisältää aivan uudenlaisia ratkaisuja. Tästä esimerkkeinä voivat olla vaikkapa käyttäjien emopeliin luomat uudenlaiset ja kiinnostavat pelialueet, jollaisia alkuperäisessä pelissä ei ole laisinkaan esiinny.

Jeppesen & Molin (2003) ovatkin nähneet, että pelaajat tuottavat itse kahdenlaisia asioita peleihin: 1. Uutta sisältöä emotuotteeseen 2. Uusia tuoteideoita tai kokonaan uusia tuotteita. Parhaimmissa modeissa nämä kaksi aspektia yhdistyvät erinomaisesti toisiinsa, mutta itse näkisin että suuri osa käyttäjänovaatioista jää pelkän uuden sisällön tuottamiseksi vailla sen kummempia uusia ideoita tai innovaatioita.

Kun alamme lähestyä hieman innovatiivisempia käyttäjänovaatioita, niin silloin kuljemme vääjäämättömästi kohti modeja, jotka sallivat pelaajien muokata pelin rakenteita. *Rakenne- ja tekniset käyttäjänovaatiot* ovat usein innovaatioita, jotka muuttavat pelin olemassa olevia rakenteita tai pelimekaniikkaa. Useimmiten käyttäjänovaatioita, jotka korjaavat alkuperäisen pelin teknisiä puutteita tai mekaniikkaa, kutsutaan myös patcheiksi. Esimerkiksi historiallisessa Medieval 2 –strategiapelissä (Creative Assembly, 2006) tekniset käyttäjänovaatiot liittyivät mm. pelin heikon tekoälyn parannuksiin ja uusien tekstuurien luontiin pelin sotajoukoille, jotta nämä olisivat historiallisesti uskottavamman näköisiä. Mount & Blade –toimintapelissä (Taleworlds, 2008) teknisestä innovaatiosta on vaikkapa esimerkkinä se, että peliin luotiin työkalu, jolla pystyy säätämään vapaasti pelialueella taistelussa mukana olevien joukkojen määrää. Tämän tyyppiset käyttäjänovaatiot ovat selkeitä uudistuksia pelin tiettyihin osa-alueisiin, ja parhaiten vastaavat Arakjin & Langin (2007) kuvausta pelin osittaisesta muunnoksesta (partial conversion). Nämä muunnokset ovat myös liki poikkeuksetta modeja.

Kun siirrymme kohti yhä suurempia ja kokonaisvaltaisempia käyttäjänovaatioita, alkaa käyttäjänovaatioiden innovatiivinen potentiaali myös paljastua. Pitää kuitenkin pitää mielessä, että harvat modit ovat kokonaan omia pelejään ja vielä harvemmat ovat radikaaleja



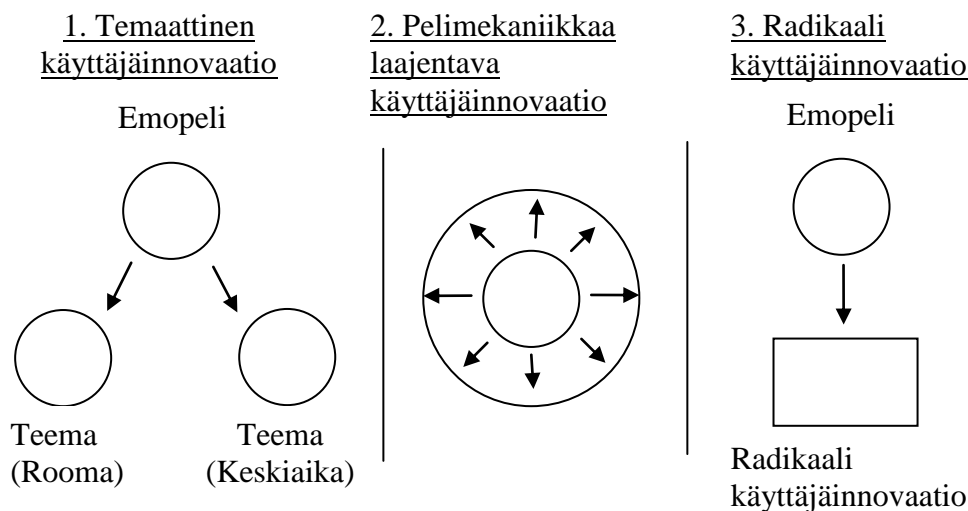
uusia innovaatioita. Jos tutkimme modeja, jotka ovat totaalisia muunnoksia (total conversions) (Arakji & Lang, 2007), niin näemme että ne jakaantuvat useampaan kategoriaan. Nämä käyttäjännovaatiot, etenkin hyvin toteutettuina, tuovat ehdottomasti lisäarvoa pelaajalle, mutta innovaatioasteeltaan ja -tyypiltään ne poikkeavat toisistaan.

Omien kokemusteni ja havaintojeni mukaan, ei voida sanoa että kaikki suuren skaalan modit ja käyttäjännovaatiot ovat äärimmäisen innovatiivisia. Innovatiivisia ne useimmiten ovat jos sen vuoksi että ne muuttavat peliä usein varsin paljon ja tuovat tuotteeseen uutta sisältöä ja ominaisuuksia, seuraten siten Prüglin & Schreierin (2006) käyttäjännovaatioiden määrittelyä. Itse olen kuitenkin jakanut nämä suuremman skaalan käyttäjännovaatiot kolmeen tyyppiin:  
*1. Temaattisiin käyttäjännovaatioihin 2. Pelimekaniikkaa laajentaviin käyttäjännovaatioihin 3. Radikaaleihin käyttäjännovaatioihin.*

Tämä jako on tehty havaintojen ja omien kokemuksieni perusteella. *Temaattiset käyttäjännovaatiot* eivät usein muuta pelimekaniikkaa järin radikaalisti, mutta yleensä muuttavat pelin kontekstin totaalisesti. Nämä modit siirtävät emopelin kokonaan erilaiseen teemaan ja ympäristöön, ja tarjoavat sen kautta pelaajalle uudenlaisia elämyksiä. Esimerkkinä voidaan käyttää vaikkapa fantasiamiljööseen sijoittuvaa Mount & Blade –toimintapeliä. Peliin on luotu useita temaattisia käyttäjännovaatioita. Esimerkiksi emopelin fantasiateema on modattu historialliseksi pelikontekstiksi, esimerkiksi Englannin ja Ranskan väliseen 100-vuotiseen sotaan tai antiikin Roomaan sijoittuvaksi pelimuodoksi, tai vaihtoehtoisesti käyttäjän omatekemäksi pelimaailmaksi. Half-Life –pelistä voimme ottaa esimerkiksi vaikkapa moninpelimuodin Day of Defeat, joka ottaa emopelin lähitulevaisuuteen sijoittuvan moninpelin ja muuttaa sen 2. maailmansotaan sijoittuvaksi peliksi aikakauden aseineen ja sotamiljööseen sopivine pelikenttineen. Tämän tyyppiset käyttäjännovaatiot tuovat pelituotteeseen usein hyvin paljon lisäsisältöä, ja siten pidentävät pelin elinikää hyvin merkittävästi, mutta eivät välttämättä muuta itse pelimekaniikkaa järin paljon. Itse näen, että *temaattiset käyttäjännovaatiot* ovat eräänlaista pitemmälle kehitettyä ja näkemyksellisempää jatkoa aiemmin mainitulle *laajennetun sisällön* käyttäjännovaatiotyypille.

*Pelimekaniikkaa laajentavat käyttäjännovaatiot* puolestaan laajentavat ja muokkaavat merkittävästi emopeliä itsessään. Nämä käyttäjännovaatiot pelimaailmassa ovat yleensä laajoja rekonstruktioita emopelistä, joita on muokattu monilla eri osa-alueilla. Usein myös peliin on lisätty monia ominaisuuksia ja pelimekaniikkaa on muokattu raskaalla kädellä.

Modissa on kuitenkin loppupelissä kyse edelleen emopelistä, vaikkakin raskaasti muokatussa muodossa. Voidaan argumentoida, että pelimekaniikkaa laajentavat käyttäjännovaatiot ovat käyttäjien toteuttamia vaihtoehtoisia visioita emopelistä. Tämän tyyppisistä innovaatioista voidaan mainita esimerkkeinä mm. Medieval 2 –pelin Deus Lo Vult –modi, joka sopii erinomaisesti tämän kaltaisen käyttäjännovaation kuvaukseen. Kyseessä oleva modi muokkaa hyvin raskaasti kyseessä olevan strategiapelin monia ulottuvuuksia, muun muassa pelin talouden ja taisteluiden mekaniikkaa, pyrkien historialliseen ja realistisempaan otteeseen, emopelin pelin kevyemmän lähestymisen sijaan. Myös muita osa-alueita, kuten graafista ulkoasua ja ääniä on muokattu, mutta kyseessä on kuitenkin pohjimmiltaan sama peli, samoine teemoineen ja samoine tavoitteineen. Kyseessä on siis nimenomaan *pelimekaniikkaa laajentava käyttäjännovaatio*.



Kuvio 2: Totaalisten muunnosten (total conversions) innovaatiotyypit

Viimeinen ja eniten huomiota osakseen saanut käyttäjännovaatioiden muoto peliteollisuudessa ovat *radikaalit käyttäjännovaatiot*. Nämä ovat käyttäjännovaatioita, jotka voidaan kaupallistaa, ja joihin myös voi kohdistaa ja kohdistetaankin taloudellisia odotuksia (Arakji & Lang, 2007), ja joita myös itse käyttäjännovaattorit pystyvät onnistuneesti kaupallistamaan (von Hippel, 2007). Itse näen, että tämä käyttäjännovaatiotyyppi ei niinkään eroa kahdesta edellisestä tyyppistä, vaan pikemminkin yhdistää niiden hyvät puolet. Usein teemallinen vaihto ja runsas lisäsisältö yhdistettynä raskaasti muokattuun pelimekaniikkaan

synnyttävät tyystin uudenlaisen pelikokemuksen tai jopa uuden pelin. On myös selvää, että tämänkaltaiset radikaalit käyttäjännovaatiot ovat myös kaikista harvinaisimpia, sillä niiden luonti usein vaatii suuren teknisen osaamisen yhdistettynä erinomaiseen suunnittelu- ja ideointikykyyn.

Esimerkkejä tämän kategorian innovaatioista ovat mm. Counter-Strike, Team Fortress ja Fall from Heaven. Näistä kaksi ensimmäistä ovat kaupallistettuja modeja ja kolmaskin on kaupallista tasoa. Counter-Strike loi kokonaan uudenlaisen, realistisen moninpelimuodon ammuskelupeleihin (käytetään myös nimitystä FPS-peli, First Person Shooter) ja sai huikean suosion pelaajien keskuudessa. Team Fortress taas toi FPS-peleihin tyystin uuden pelimuodon ja tavoitteet, sekä lisäsi erilaiset roolit pelaajille kyseiseen pelityyppiin, ja muutti moninpelin yksilökeskeisestä tiimikeskeiseksi. Civilization 4 –pelin Fall from Heaven -modi taas on erinomainen esimerkki radikaalista käyttäjännovaatiosta, vaikka se ei olekaan vaikutukseltaan välttämättä yhtä radikaali kuin edeltävät esimerkit. Se kuitenkin erinomaisesti vangitsee idean siitä, että temaattisella vaihdoksella ja muokatulla pelimekaniikalla modi pystyy luomaan täysin uudenlaisen pelikokemuksen (havainnollistettu kuviossa 2). Kyseinen modi siirtää emopelin normaaliin historiaan sijoittuvan strategiapelin aivan uudenlaiseen fantasiaympäristöön, ja tuo pelimekaniikkaan niin monia muutoksia, että peliä täytyy pelata aivan eri tavalla kuin emopeliä. Parhaimmillaan käyttäjännovaatiot voivat avata uusia ulottuvuuksia ja nostaa pelituotteen uuteen kukoistukseen (Scacchi, 2004).

#### *4.2.2 Käyttäjännovaatioiden merkitys*

Nyt pääsemme hyvin kiinnostavan aiheen pariin: miksi pelejä pelataan ja miksi käyttäjät haluavat luoda niihin omia ratkaisujaan? Mikä on lopulta käyttäjännovaatioiden merkitys pelialalla?

Näen kuitenkin tärkeänä yrittää vastata tähän kiperään kysymykseen. Useat pätevät artikkelitkin ovat kiertäneet tämän kysymyksen vetoamalla peliteollisuuden käyttäjännovaatioiden luonnin vastaavan käyttäjien tarpeisiin (mm. Prügl & Schreier, 2006; Jeppesen & Molin, 2003), mutta ne eivät ota kantaa siihen mitä nämä tarpeet ovat. Osa vetoaa motivaatioseikkoihin, jotka pätevät Open Source –lähestymiseen, ja kieltämättä erinomaisesti myös pelialan käyttäjännovaatioiden luomiseen (mm. Lakhani & von Hippel (2003); Shah (2006); Hertel, Niedner & Herrmann (2003)). Motivaatiotekijät kuitenkin kertovat vain, miksi

ihmiset tekevät yhteisöllisesti ja ilmaiseksi uutta sisältöä pelituotteisiin, mutta eivät kerro mikä näiden käyttäjänovaatioiden merkitys itsessään on pelaajille.

Kuten aiemmin mainitsin, on suuri houkutus pitää pelialan käyttäjänovaatioita ainoastaan Open Source –lähestymisen variaationa. Monin osin pelialan käyttäjänovaatiot noudattelevatkin samoja mekanismeja kuin Open Source –projektit. Suoraviivainen yhtäläisyyksien vetäminen kuitenkin aiheuttaa tärkeiden eroavaisuuksien sivuuttamista. Voidaan hyvin kuvitella, että Open Source –projekteina toteutettavien sovellusten merkitykset ja käyttökohteet ovat hyvin moninaiset ja usein myös hyvin käytäntölähtöiset (Shah, 2006). Täten pragmaattisessa Open Source –yhteisössä merkitykset ja päämäärät liittyvät suoraan itse ohjelmiston käyttötarkoitukseen, eivätkä siten vaadi tarkempaa selvittämistä, mutta peliteollisuuden käyttäjänovaatioiden merkitykset liittyvät pelaamisen yleisempään merkitykseen ja tarkoitusperiin. Tämä tarkoittaa sitä, että pelaamisen tarkoitusperiä ja hyötyohjelmistojen tarkoitusperiä ei voi mitenkään asettaa samalle viivalle. Tässä kappaleessa vaihdan hieman käsitteellisemmän vaihteen päälle ja pohdin, miksi ihmiset pelaavat, ja luonnollisesti myös miksi ihmiset haluavat tehdä käyttäjänovaatioita peleihin.

Eri pelaajat pitävät eri peligenreistä. Osa pelaajista pitää haasteesta, osa taas leppoisasta pelailusta. Pelimakuja ja niiden yhdistelmiä on loputtomasti. Voidaan sanoa, että heterogeenisten tarpeiden tapauksessa käyttäjänovaatiot ovat loistava keino sopeuttaa tuotteet kuluttajien tarpeisiin (Franke & von Hippel, 2003). Nouskaamme kuitenkin yksittäistä pelaajaa tai pelaajajoukkoa korkeammalle tasolle, ja katsellaan pelaamista kokonaisuutena. Miksi ihmiset pelaavat? Hyvin monista artikkeleista ja lähteistä on ilmennyt periaatteessa yksinkertainen vastaus siihen: ”Jotta heillä olisi hauskaa” (mm. Zackariasson, Walfisz & Wilson (2006); Sweetser & Wyeth (2005); Koster (2005)). Tämä on hyvin vahva oletus, ja voin itse yhtyä harrastajana siihen täydellisesti. Kaikessa yksinkertaisuudessaan pelejä pelataan pääasiassa sen vuoksi, että viihtyisi ja saisi nautintoa.

Tämä ei kuitenkaan vielä riitä selitykseksi, sillä meidän täytyy tietää, mikä tekee peleistä viihdyttäviä. Tästä alkaa pelaajakunnan hajaantuminen eri leireihin, sillä makuja on monia. Eräs tapa tutkia asiaa on jakaa pelaaminen komponentteihin, joista pelikokemus koostuu. Sweetserin & Wyethin (2005) Gameflow-malli pyrkii selittämään sitä, mikä tekee pelaamisesta hauskaa. Heidän mallinsa perustuu Csikszentmihalyin (1990) lanseeraamaan Flow-kokemukseen, aktiviteetista kumpuavaan keskittymisen ja nautinnon tilaan, sekä hänen

määrittelemiinsä Flow-kokemuksen komponentteihin. Heidän sovellettu mallinsa jakaa pelaamisen Flow-kokemukseen vaadittavat komponentit kahdeksaan osaan (Sweetser & Wyeth, 2005):

1. Suoritettavaan tehtävään – Pelin tavoitteet
2. Kykyyn keskittyä tehtävään
3. Pelaajan taitojen haastamiseen – sopiva vaikeustaso
4. Hallinnan tunteeseen toimiensa suhteen – pelin ohjattavuus ja hallittavuus
5. Selviin tavoitteisiin
6. Palautteeseen – pelaaja saa palautteen välittömästi toimistaan
7. Peliin uppoutumiseen (immersio)
8. Sosiaaliseen vuorovaikutukseen

Tämä malli antaa erinomaisen tavan käsitteellistää pelaamisen hauskuuden käsitettä. Voidaan siis tehdä oletus Gameflow-mallin perusteella, että pelaajat pyrkivät optimaaliseen kokemukseen pelien avulla, jotta he viihtyisivät mahdollisimman hyvin. Täten Csikszentmihalyin (1990) Flow-kokemus myös soveltuu erinomaisesti myös peleihin ja niiden pelaamisen lähtökohdaksi. Luonnollisesti eri ihmisillä on eri pelimieltymykset, mutta se johtaa ainoastaan näiden komponenttien erilaiseen painotukseen eri ihmisten kohdalla.

Tehdään siis oletus, että loppukäyttäjä pelaa peliä ja viihtyy pelin parissa. Optimaalinen kokemus jää kuitenkin saavuttamatta, koska pelissä on puutteita tai jotkut pelin ominaisuuksista eivät miellytä käyttäjää. Harva peli on kuitenkaan täydellinen, mutta kuten on todettu, pelaajat ovat harrastajina erittäin innokkaita ja oma-aloitteisia (mm. Jeppesen (2004), Jeppesen & Molin (2003)). Pelaajat tietävät parhaiten omat tarpeensa pelien suhteen (mm. Zackariasson, Styhre & Wilson (2006); Prügl & Schreier (2006)), joten erinomainen ratkaisu tähän ongelmaan on ratkaista omat ongelmat tarjolla olevien työkalujen avulla (kts. Katz & von Hippel, 2002). Mielestäni on hyvin uskottava idea, että käyttäjät innovaatiotyökalujen avulla pyrkivät parantamaan ja paikkaamaan puutteellista pelikokemusta, jotta pääsisivät lähemmäs optimaalista kokemustilaa. Tämän teorian toimivuudesta voi kehittää helposti lukuisia esimerkkejä, mutta tässä muutama.

Esimerkki 1: Käyttäjä pelaa peliä ja viihtyy, mutta huomaa että pelin tekoöly on varsin huono ja ei osaa vastata pelaajan toimiin järkevästi. Tällöin pelaaja huomaa, että peli ei haasta

pelaajan taitoja tarpeeksi (kohta 3). Pelaaja ärsyyntyy ja pelikokemus heikentyy. Pelaaja tietää kuitenkin pelin käyttäjännovaatiomahdollisuudet ja etsii netistä käsiinsä modin, joka parantaa pelin tekoälyä.

Esimerkki 2: Käyttäjä pelaa realistiseksi mainostettua lentosimulaattoripeliä. Hän kuitenkin huomaa, että simulaattorissa lentokoneiden vahinkomallinnus on epärealistinen ja peli myös kaatuu usein. Taas käyttäjän pelikokemus heikentyy, koska hän odotti realistista peliä, hänen immersionsa kärsii (kohta 7) ja keskittyminen peliin vaikeutuu pelin jatkuvan kaatuilun vuoksi (kohta 2). Täten hän päättää aloittaa pelin modaamisen pelin mukana tulleilla työkaluilla parantaakseen pelin lentokoneiden vahinkomallinnusta ja lähettää peliyhtiölle viestin, jossa mainitsee pelin vakavista bugeista.

Itse näen siis, että käyttäjännovaatioiden keskiössä on juuri itse kokemuksellisuus, ei niinkään puhdas hyöty sinällään. Pelaajien tarpeet siten liittyvät pelin ominaisuuksien kautta saatuun pelikokemukseen, ei niinkään mihinkään pragmaattiseen hyötyyn. Jos oletetaan, että väitteeni pitää paikkansa, niin eivätkö pelaajat sitten luovu käyttäjännovaatioiden luomisesta, kun ovat saaneet pelin vastaamaan optimaalista pelikokemusta? Tämä väite tukisi Baldwinin, Hienerthin & von Hippel (2006) olettamusta, että käyttäjyhteisöt luovat käyttäjännovaatioita niin pitkään kuin hyödyt ovat suuremmat kuin havaitut kustannukset. Oma kokemukseni ei kuitenkaan välttämättä tue tätä väitettä, että pelien suhteen voisi saavuttaa tietyn lakipisteen, joka tekee uusien pelien kehittämisen turhaksi. Koster (2005, s.118) kirjassaan mainitsee erittäin tarkkanäköisesti: ”Hauskuus on prosessi, ja rutiini on määränpää”. Hän argumentoi, että pelaamisessa on tärkeintä juuri sen virikkeellisyys. Hän kuitenkin toteaa myös, että kaikki pelaaminen lopulta muuttuu virikkeettömäksi rutiiniksi. Täten ei voida sanoa, että voitaisiin saavuttaa käyttäjännovaatioiden parasta ratkaisua (kuten Baldwin et al. (2006) argumentoivat), sillä pelaaminen ja pelaajat tarvitsevat uusia virikkeitä, haasteita ja mahdollisuuksia peleihinsä. Tällöin ”paras ratkaisu” on parhaimmillaankin tilapäinen ja lipsuu jatkuvasti käyttäjyhteisöiden otteesta, johtuen juuri pelaamisen prosessimaisesta luonteesta ja Kosterin (2005) mainitsemasta epäsuotuisasta määränpäästä.

Itse näkisin, että juuri tämä optimaalisen pelikokemuksen metsästäminen yhdistettynä uusien virikkeiden hakemiseen ja tylsyyden välttämiseen, tekee peliteollisuuden käyttäjännovaatioista merkittäviä. Ne tarjoavat pelaajille itselleen mahdollisuuden parantaa omaa pelikokemustaan, joka ajoittain saattaa jäädä pelikehittäjien valmiissa tuotteissa

vajavaiseksi jopa päivitysten jälkeen. Tämä dynamiikka myös erottaa peliteollisuuden käyttäjäinnovaatiot esimerkiksi Open Source –liikkeen usein pragmaattisemmista hyötysovelluksista.

#### 4.3 Käyttäjänovaatioiden keskeiset toimijat ja toimintaympäristö

Tämän kappaleen tarkoituksena on käsitellä hieman tarkemmin sitä, mitkä asiat mahdollistavat käyttäjänovaatiot peliteollisuudessa. Ensimmäiseksi tulen käsittelemään käyttäjänovaatioiden toimijoita pelikulttuurin kontekstissa: mitkä eri osapuolet vaikuttavat pelialan käyttäjänovaatioiden luontiin, niistä keskusteluun, jakeluun ja lopulta mahdollisesti kaupallistamiseen?

Toinen osa tästä luvusta koskee käyttäjänovaatioiden toimintaympäristöä, eli ensimmäistä osiota täydentäen, ympäristöjä joissa käyttäjänovaatiot luodaan, jaellaan ja mahdollisesti kaupallistetaan. Toivon, että tämä osio antaa hyvän yleiskuvan toimijoista ja toimintaympäristöstä empiiristä osaa ajatellen, sillä empiirisessä osuudessa tulemme käsittelemään ja analysoimaan näiden toimijoiden ja toimintaympäristöjen käytäntöjä ruohonjuuritasolta.

##### *4.3.1 Toimijat pelialan käyttäjänovaatioiden parissa*

Jos tutkimme toimijoita, jotka liittyvät käyttäjänovaatioihin, niin huomaamme että heitä on varsin monenlaisia. Usein kirjallisuudessa mainitut, kaikkein tuottavimmat ja innovatiivisimmat huippukäyttäjät (lead-users) (kts. von Hippel (1986); Franke, von Hippel & Schreier (2006)) ovat vain pieni ryhmä kokonaisuudessa, joka tuottaa ideoita peliteollisuuteen.

Aloittakaamme ensin irrallisten ja yksittäisten toimijoiden tarkastelulla. Tässä tapauksessa puhumme yksilöistä, jotka eivät ole mukana käyttäjäyhteisöissä, vaan kehittävät ja kohdistavat ideansa suoraan olennaisille yrityksille. Tämän kaltaisista toimijoista on kirjoitettu hyvin vähän kirjallisuudessa, ja omien haastatteluideni kautta saamieni lisätietojen valossa nämä yksittäiset toimijat hyvin harvoin ovat innovatiivisia (Soares (2009), Hyvärinen (2009) ja Pääjärvi (2009)). Heidän ehdotuksensa ovat harvoin hyvin valmisteltuja (Soares

(2009), Hyvärinen (2009)) ja useimmiten yhteydenoton syynä onkin vain saada yleistä lisätietoa tuotteista tai niiden suunnitteluratkaisuista (Soares, 2009). Näiden tietojen valossa voimme jokseenkin sulkea satunnaiset yksittäisten käyttäjien yhteydenotot, esim. sähköpostitse tai puhelimitse, pois tutkimuksen valokeilasta. Heidän innovaatiopanoksensa vaikuttaa hyvin pieneltä verrattuna muunlaisten toimijoiden tarjoamaan panokseen, ja kuvausten perusteella heidän joukossaan ei todennäköisesti ole käyttäjännovaatioille elintärkeitä huippukäyttäjää (lead-users) (von Hippel, 1986). Täten en näe järin tarkoitukselliseksi analysoida yksittäisiä toimijoita syvemmin, koska olemassa olevaa tietoa heidän innovatiivisuudestaan on varsin vähän ja haastatteluideni perusteella tämä lähestyminen ei juuri lisää tietoa varsinaisista pelialan käyttäjännovaatioista.

Katson, että jos haluamme löytää relevantteja toimijoita käyttäjännovaatioihin liittyen, on meidän suunnattava katseemme käyttäjäjyhteisöihin. Kirjallisuus on varsin yksimielinen siitä seikasta, että käyttäjäjyhteisöt ovat ehdottoman keskeisiä toimijoita käyttäjännovaatioiden suhteen (mm. Jeppesen & Molin (2003); Baldwin, Hienert & von Hippel (2006); Arakji & Lang (2007)). Mitä toimijoita oikein käyttäjäjyhteisöiden sisällä oikein on, ja onko pelialalla mitään erityisominaisuuksia näiden käyttäjäjyhteisöjen suhteen verrattuna Open Source - lähestymiseen?

Itse näen parhaaksi jaotteluksi toimijoiden suhteen Baldwinin, Hienertin & von Hippelin (2006) kolmijaon käyttäjäjyhteisöjen toimijoihin, jotka kävin läpi kirjallisuuskatsauksessani. Neljäs toimija oleellinen toimija on kuitenkin kaupalliset yritykset, eli yleensä peliyhtiöt. Itse näen, että heidän roolinsa on hieman suurempi kuin mitä esimerkiksi Baldwin, Hienert & von Hippel (2006) (myös von Hippel, 2007) antavat artikkelissaan ymmärtää. Tämä johtuu hyvin pitkälle toimialan käyttäjännovaatioiden luonteesta.

Käyttäjännovaatioiden luonti ilman peliyhtiön myötävaikutusta ja innovaatiotyökalujen tarjoamista on äärimmäisen haastavaa alan hyvin teknisen luonteen vuoksi (kts. Katz & von Hippel, 2002). Täten kaupalliset toimijat ovat erittäin tärkeässä roolissa käyttäjännovaatioiden mahdollistamisessa. On toki esimerkkejä, että yksittäiset käyttäjät pystyvät luomaan käyttäjännovaatioita ilman peliyhtiöiden myötävaikutusta (mm. Jeppesen & Molin (2003), Pääjärvi (2009) ja Jeppesen (2004)). Itse näkisin nämä kuitenkin yksittäistapauksiksi ja poikkeukselliseksi taidonnäytteiksi, jotka eivät ole mahdollisia suurimmalta osalta käyttäjäkunnasta, koska kyseessä on erittäin suurta taitoa vaativa



toimenpide, joka voidaan rinnastaa puhtaaseen koodaamiseen (Prügl & Schreier (2006)). Voidaan siis argumentoida, että peliyhtiöiden alkupanos luo yhteisöille yleisen suunnittelutilan (design space) (mm. Baldwin, Hiennerth & von Hippel (2006); Jeppesen & Molin (2003)), jossa he pystyvät suunnittelemaan käyttäjänovaatioita. Tämän lisäksi yhtiöiden tarjoamat työkalut toimivat myös välineinä, joilla luoda innovatiiviset tuotokset.

Kaupallisilla toimijoilla on myös todettu rooli tuotantoketjun toisessa päässä. Edellä mainitut huippuluokan modit on mahdollista kaupallistaa omiksi tuotteikseen (Jeppesen, 2004), joihin emopelin kehittänyt yhtiö omistaa oikeudet (Arakji & Lang, 2007). Varsinaista prosessin kuvausta tai mekanismeja on vaikea rakentaa, koska kaupallistettuja käyttäjänovaatioita on ainoastaan kourallinen. Toisaalta Jeppesen (2004) toteaaakin, käyttäjänovaatiota ei tarvitse välttämättä kaupallistaa, jotta peliyhtiö pääsisi hyötymään niistä.

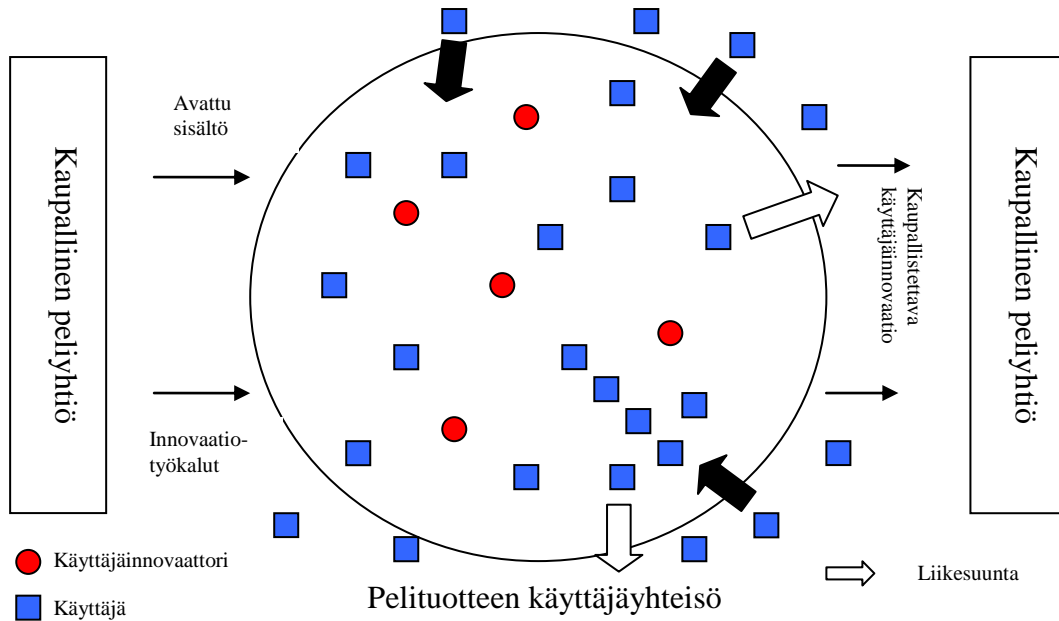
Pelirytysten suunnittelutilan avaamisen jälkeen avainrooli siirtyy kuitenkin yhteisöille. Edellä mainitut kolmenlaiset toimijat vaikuttavat myös pelialan käyttäjäyhteisöissä. Ottakaamme ensin käsittelyyn käyttäjänovaattorit. He ovat käyttäjänovaatioiden pääasiallisia toteuttajia ja luoja. Osa heistä on huippukäyttäjää (lead-users) (von Hippel, 1986), jotka luovat laadukkaimmat käyttäjänovaatiot (Arakji & Lang, 2007). Osa tyytyy pienempiin ja vähemmän radikaaleihin innovaatioihin, pääasiassa mukauttamaan peliä omiin mieltymyksiin sopiviksi. Franke, von Hippel & Schreier (2006) ovat havainneet, että huippukäyttäjät useimmiten kehittäessään käyttäjänovaatioita tukeutuvat juuri yhteisöjen apuun niitä kehittäessään. Näin on myös pelialan käyttäjäyhteisöissä. Jos sovellamme von Hippelin (1986) ideaa siitä, että huippukäyttäjät 1. Kokevat saavansa käyttäjänovaatioista suuren hyödyn 2. Kokevat tarpeet ennen suurta valtavirran käyttäjäpopulaatiota, ja yhdistämme sen edellisessä luvussa keskusteltuun pelaamisen merkitykseen, niin saamme aikaiseksi varsin kiinnostavan teorian. Tällöin voimme nähdä, että huippukäyttäjät havaitsevat pelituotteiden olemassa olevat puutteet ja parannuskohteet huomattavasti herkemmin kuin muut käyttäjät ja kokevat saavansa käyttäjänovaatioista suuren hyödyn, koska arvostavat innokkaimpina peliharrastajina mahdollisimman optimaalista pelikokemusta. Tämä saattaisi olla eräs tulkinta huippukäyttäjäteoriasta (lead-user theory) (von Hippel, 1986), joka sopisi pelikulttuurin kontekstiin.

Käyttäjänovaatioiden tuotteistajat (user-manufacturers) sulautuvat hyvin pitkälti käyttäjänovaattorin rooliin peliteollisuudessa ja IT-alalla. Eräs keskeisimmistä Katzin &

von Hippelin (2002) innovaatiotyökalujen edellytyksistä oli suunnittelun ja testaamisen toistuva kehä, jonka ansiosta käyttäjännovaatioita voidaan luoda täysin itsenäisesti käyttäjien toimesta. Tämä yhdistettynä pelialan käyttäjännovaatioiden aineettomaan luonteeseen, voidaan sanoa että käyttäjännovaattorit ovat myös innovaatioidensa tuotteistajia (von Hippel, 2007). Toisaalta voidaan myös sanoa, että käyttäjännovaatioiden kuluttajat (user-purchasers) ovat myös käyttäjännovaatioiden tuotteistajia. He nimittäin itse lataavat oman kopionsa modista tai käyttäjäsivustolta omalle koneelleen, tarvitsematta varsinaista käyttäjännovaattoria millään tavalla välikädeksi

Voimmeko sitten luokitella loput pelaajat käyttäjännovaatioiden kuluttajiksi? Emme voi, sillä käyttäjännovaatioiden kuluttajat ovat itse asiassa varsin heterogeeninen ja dynaaminen ryhmä. Osa käyttäjistä aktiivisesti osallistuu käyttäjännovaatioista käytäviin keskusteluihin ja niiden kehitykseen (Piller, Ihl, Fuller & Stotko, 2004), osa vain nauttii yhteisön tuottamista käyttäjännovaatiosta ja osa pelaa vain itse emopeliä (Jeppesen & Molin, 2003). Nämä käyttäjännovaatioiden kuluttajien roolit yhteisössä tai sen ulkopuolella eivät ole millään muotoa staattisia, vaan muuttuvia ja usein yhteisöjen jäsenillä saattaa olla useampiakin rooleja (Sowe, Stamelos & Angelis, 2007). Täten esimerkiksi käyttäjä, joka ei ole ennen pelien käyttäjännovaatioista innostunut, löytää kiinnostavia modeja ja rupeaa pelaamaan niitä, ja niistä innostuttuaan menee käyttäjäyhteisöön kertomaan mielipiteensä ja mahdollisia parannusehdotuksia niihin. Ajatelkaamme sitten esimerkiksi vaikkapa käyttäjännovaattoria, hän on tehnyt ja jakanut käyttäjäyhteisölleen useita laadukkaita käyttäjännovaatioita, mutta hänelle tulee muita kiireitä elämään ja hän ei enää ehdi luomaan uusia käyttäjännovaatioita. Hän kuitenkin edelleen on yhteisön jäsen ja käyttää muiden luomia käyttäjännovaatioita. Hän siirtyy täten käyttäjännovaattorista käyttäjännovaatioiden kuluttajaksi.

Toivon, että seuraava kuvio hieman havainnollistaa tätä esittelemieni toimijoiden välistä dynamiikkaa:



Kuvio 3: Malli käyttäjäjyhteisön toimijoiden välisestä dynamiikasta ja toiminnasta

Kuvio tietysti yksinkertaistaa yhteisöissä käytävää vuorovaikutusta, etenkin kun se harvemmin on vain yhden- tai kahdensuuntaista, saati vain kahden henkilön välistä. Kuvio pyrkii graafisesti näyttämään, miten käyttäjät liikkuvat yhteisön jäseniksi ja yhteisöstä pois. Kaupallisten toimijoiden rooli toimijoina on yleensä käyttäjännovaatioiden mahdollistajana, ei niinkään kehittäjänä tai yhteistyötahona (Jeppesen (2004), Arakji & Lang (2007)). He myös mahdollisesti voivat hyötyä lopuksi kaupallistetuista modeista. Välissä kuitenkin käyttäjäjyhteisö toimii pääasiallisena areenana, jossa käyttäjännovaatiot syntyvät ja kehittyvät. Yleisesti ottaen toivon kuvion havainnollistavan toimijoiden eri rooleista käyttäjännovaatioiden kehityksen eri vaiheissa.

#### 4.3.2 Käyttäjännovaatioiden toimintaympäristö

Kun olemme saaneet pelialan käyttäjännovaatioiden yksittäiset toimijat tunnistettua, on aika astua askel taaksepäin ja tarkastella, missä ympäristöissä käyttäjännovaatiot oikein suunnitellaan, kehitetään ja jaellaan. Tässäkin osiossa huomaamme, että vaikka yhtäläisyyksiä muun muassa Open Source –liikkeeseen on olemassa, löytyy käyttäjännovaatioista pelialalla monia piirteitä, jotka erottavat sen omaksi ilmiökseen.

Saatetaan helposti kuvitella, että ainoa ympäristö, joka merkittävästi vaikuttaisi peliteollisuuden käyttäjänovaatioihin, olisi käyttäjäyhteisöt. Ne ovat ehdottomasti hyvin merkittävä toimintaympäristö, mutta olen sitä mieltä, että ne eivät ole ainoa ympäristö, joka vaikuttaa käyttäjänovaatioihin.

Itse näen, että käyttäjänovaatioihin itseensä vaikuttavat kolme merkittävää toimintaympäristöä: 1. Käytettävät työkalut 2. Käyttäjäyhteisöt 3. Jakelukanavat. Näiden kolmen ympäristön kanssa liki kaikki yleisölle julkistettavat käyttäjänovaatiot joutuvat kosketuksiin. Aluksi on kuitenkin hyvä käydä läpi aivan perustavanlaatuiset edellytykset peliteollisuuden käyttäjänovaatioiden toimintaympäristölle.

#### *Käyttäjänovaatioiden tekniset edellytykset*

Jotta lukijalle ei synny väärää kuvaa pelialan käyttäjänovaatioista, on hyvä ennen toimintaympäristöihin paneutumista nostaa esiin pelialan käyttäjänovaatioiden tekniset ympäristöt. Kaikki kolme edellä mainittua toimintaympäristöä ottavat vaikutteita ja hyödyntävät vahvasti PC:n ja Internetin vahvaa verkottuneisuutta. Ensimmäkin voidaan suoraan todeta, että käyttäjänovaatioista ehdottomasti suurin osa suunnitellaan, tuotetaan ja julkaistaan PC:llä. Modit ja muut korkean taitotason käyttäjänovaatiot ovat vielä täysin PC:n yksinoikeus, sillä konsoleilla esimerkiksi käyttäjätyökaluja ei voida erottaa omiksi kokonaisuuksikseen tai operoida yhtä monipuolisesti kuin PC:llä.

Alhaisemman taitotason editoreilla luotua käyttäjäsältöä on tarjolla konsoleilla tietyissä peligenreissä, muun muassa mainitsemassani Forza Motorsport 2:ssa (Turn 10 Studios, 2007) ja LittleBigPlanetissa (Sony, 2008). Käyttäjänovaatiot ovat kuitenkin vasta liki idean tasolla konsolipuolella, vaikka itse näen että teknisiltä mahdollisuuksiltaan konsolit alkavat hiljalleen lähestyä pistettä, jossa vakavasti otettavat käyttäjänovaatiot olisivat mahdollisia myös konsolipuolelle. Tällä hetkellä PC:llä on kuitenkin hegemonia käyttäjänovaatioiden suhteen sekä työkalujen, käyttäjäyhteisöjen ja jakelukanavien suhteen. PC:n eduksi voidaan myös laskea myös teknisesti taitavien harrastajien suuri määrä, kuten esimerkiksi Open Source – kirjallisuudesta yleisesti on hyvin käynyt ilmi (mm. Franke & von Hippel (2003), Shah (2006) ja West (2003)).

Se, mikä tarjoaa PC:lle reilun edun konsoleihin verrattuna, on pelaajien ja pelikulttuurin verkottuneisuus. Tämän verkottuneisuuden tarjoaa Internet, joka on nykyään osa jokapäiväistä elämää. Jos tarkastelemme uudelleen käyttäjännovaatioiden historiaa, niin näemme että käyttäjännovaatiot oikeastaan alkoivat kehittyä kunnolla vasta kun Internet alkoi levitä yhä enenevässä määrin kotitalouksiin 2000-luvun vaihteessa (vertaa esim. Jeppesen, 2004). Voidaankin sanoa, että ilman Internetin mahdollistamia verkottumismahdollisuuksia pelialan käyttäjännovaatiot eivät olisi mahdollisia tai hyvin marginaalinen ilmiö.

### *Innovaatiotyökalut käyttäjännovaatioiden toimintaympäristönä*

Käyttäjätökalut (kts. Katz & von Hippel, 2002) ovat hyvin tärkeä toimintaympäristö pelialan käyttäjännovaatioille, koska ne alentavat vaadittua taitotasoa tehdä muutoksia pelituotteisiin sekä usein tarjoavat valmiita välineitä ja objekteja pelien monipuoliseen muunteluun (Prügl & Schreier (2006). Useimmiten peliyhtiö julkaisee ilmaiseksi työkalut pelaajien käyttöön (mm. Jeppesen (2004), Arakji & Lang (2007), Gallagher & West (2006)). Nämä työkalut vaikuttavat erittäin paljon siihen, mitä käyttäjännovaatioita käyttäjä pystyvät luomaan (mm. Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004); Prügl & Schreier (2006)). Voidaan nähdä, että työkalut tarjoavat tietyn suunnittelutilan käytettäväksi pelaajille (Baldwin, Hiennerth & von Hippel, 2006), jossa he voivat suunnitella ratkaisuitaan joko itse luomillaan tai pelinkehittäjien tarjoamilla objekteilla. Peliteollisuudessa käyttäjännovaatiot ovat liki aina riippuvaisia siitä, millä työkaluilla ne on luotu. Täten innovaatiotyökalujen tarjoamat ja estämät mahdollisuudet ovat erittäin tärkeä osa sitä, minkälaiseksi pelituotteen käyttäjännovaatiot voivat kehittyä. Useimmiten kirjallisuudessa työkalut on jaoteltu joko korkean (high-end toolkits) tai matalan taitotason työkaluihin (low-end toolkits), riippuen miten teknisesti vaativia työkalut ovat ja miten monipuolisia tuotoksia niillä voi saada aikaan (mm. Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004); Prügl & Schreier (2006)).

Kuten aikaisemmin mainitsin, puhuessani käyttäjäsivallöstä ja modeista käyttäjännovaatioiden muotona, tämä edellä mainittu kahtiajako on jokseenkin keinotekoinen. Toki, jos menemme kumpaan tahansa ääripäähän ja otamme esimerkinomaisesti matalan taitotason työkalun ja korkean taitotason työkalun, niin ero näyttää hyvin selvältä. Perinteisessä matalan taitotason työkalussa on usein rajoittunut

suunnittelutila (design space), rajattu määrä suunnitteluobjekteja (modules) ja se on kohdennettu tiiviisti tiettyyn pelin osa-alueeseen. Niitä on kuitenkin usein helppo lähestyä ja selkeä käyttää. Korkean taitotason työkalussa usein taasen on hyvin suuri suunnittelutila, mahdollisuus luoda kokonaan uusia objekteja tai mittavat mahdollisuudet varioida olemassa olevia objekteja ja niissä on mahdollisuus vaikuttaa useisiin pelin osa-alueisiin. Nämä työkalut ovat kuitenkin usein vaikeasti käytettäviä ja vaativat runsaasti teknistä osaamista (Piller, Ihl, Füller & Stotko, 2004).

Tämä kahtiajako alkaa kuitenkin hämärtyä, kun alamme siirtyä erilaisten työkalujen ääripäistä kohti keskustaa. Pelimaailmassa on nimittäin monia työkaluja, jotka haastavat tämän suoraviivaisen suhtautumisen käyttäjänovaatioihin. Esimerkiksi suosittu tietokoneroolipeli *Neverwinter Nights* (Bioware, 2002) sisälsi erinomaisen ja suuren suosion saavuttaneen pelieditorin, jota on kovin vaikea luokitella kumpaankaan kategoriaan. Toisaalta pelin editori sisälsi suuren suunnittelutilan, jossa pystyi luovasti yhdistelemään ja muokkaamaan elementtejä grafiikasta, äänistä ja pelimekaniikasta. Toisaalta editori oli varsin helppokäyttöinen, mikä kannusti ihmisiä luomaan sillä sisältöä. Kuvastavana jatkona tälle esimerkille, vuonna 2006 julkaistiin jatko-osa *Neverwinter Nights 2* (Obsidian Entertainment), joka myös sisälsi editorin. Editori sisälsi vielä enemmän mahdollisuuksia kuin edeltäjänsä, mutta samalla editori oli huomattavasti haastavampi käyttää. Käyttäjät eivät olleet läheskään yhtä tyytyväisiä editoriin, ja käyttäjäsällön määrä jäi huomattavasti pienemmäksi kuin edeltäjänsä tapauksessa, kun vertailin saatavilla olevan käyttäjäsällön määrää *Neverwinter Nights* -pelin käyttäjäyhteisössä (lähde: <http://nwwvault.ign.com/>).

Näistä kahdesta esimerkistä voimme huomata, että kyseessä ei ole niinkään kahtiajaosta kuin kahdesta herkästi toisiinsa vaikuttavasta muuttujasta. Tämä ei ole radikaali muutos kirjallisuuden useimmiten käsittelemään kategoriamalliin, jossa jaetaan innovaatiotyökalut matalan ja korkean taitotason kategorioihin (mm. Prügl & Schreier (2006); Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004)). Havaintojeni mukaan kaksi eri muuttujaa työkalujen suhteen ovat *1. Lähestyttävyyys ja 2. Monipuolisuus*. Työkalujen ominaisuuksien käsittely muuttujina selittää paremmin olemassa olevien työkalujen väliasteita, jotka eivät sovi hyvin kumpaankaan kategoriaan. Muuttujien käsittely selittää myös paremmin työkalujen dynaamisuutta ja muunneltavuutta. Kuten mainitsin, edellä mainitut muuttujat vaikuttavat toisiinsa hyvin herkästi. Voidaan usein sanoa, että työkalujen lähestyttävyyys kärsii, kun niiden monipuolisuus lisääntyy. Kuvaava esimerkki on juuri aiemmin mainittu *Neverwinter Nights*,

jonka jatko-osan työkalut olivat monipuolisemmat, mutta lähestyttävyydeltään heikkommat. Hyvä lähestyttävyys houkuttelee ihmisiä käyttämään työkalua, mutta runsas monipuolisuus taas estää heitä kyllästymästä siihen nopeasti ja mahdollistaa laajemman suunnittelutilan, mikä puolestaan antaa mahdollisuuden innovatiivisempiin ratkaisuihin.

Muuttujat selittävät myös sitä, miten itse innovaatiotyökalut itsessään voivat muuttua. Jeppesen & Molin (2003) havainnoivat, että usein yhteisön oppiessa käyttämään työkaluja yhä paremmin, alkavat suunnittelutilan (design space) rajat tulla vastaan. Käyttäjät eivät pysty implementoimaan kaikkia haluamiaan ratkaisuja, koska työkalun suunnittelutila ei tarjoa mahdollisuuksia siihen. Tällöin käyttäjäyhteisö voi pyrkiä kiertämään hätäratkaisuin (work-arounds) rajoituksia (Jeppesen & Molin, 2003) tai laajentavat itse työkalujen monipuolisuutta muokkaamalla niitä (Prügl & Schreier (2006); Pääjärvi (2009)). Tällöin voidaan sanoa, että työkalujen monipuolisuus kasvaa, mutta lähestyttävyys ei kuitenkaan merkittävästi heikkene. Neverwinter Nights on myös erinomainen esimerkki tältä kannalta, sillä siinä käyttäjäyhteisö on laajentanut pelinkehittäjien luomia työkaluja julkaisemalla siihen Community Expansion Pack (CEP) –laajennuksen, joka lisäsi huomasti pelaajien mahdollisuuksia luoda uusia käyttäjäinnovaatioita pelin alkuperäisillä työkaluilla.

Voidaan siis todeta, että työkalut itsessään ovat erittäin tärkeä toimintaympäristö käyttäjäinnovaatioille peliteollisuudessa. Ne avaavat ja sulkevat mahdollisuuksia, innostavat ja rajaavat pois mahdollisia käyttäjäinnovaattoreita. Loppujen lopuksi, ilman työkalujen luomaa suunnittelu ympäristöä myöskään peliteollisuuden käyttäjäinnovaatioita ei juurikaan olisi.

#### *Yhteisöt käyttäjäinnovaatioiden toimintaympäristönä*

Jos työkaluilla toteutetaan pelialan käyttäjäinnovaatiot, niin käyttäjäyhteisöissä niitä kehitetään, ideoidaan ja niistä keskustellaan (Piller, Ihl, Fuller & Stotko (2004); Jeppesen & Molin (2003)). Usein myös käyttäjäyhteisöt toimivat ensisijaisena julkaisupaikkana niille. Von Hippel (2007) on määritellyt edellytykset, milloin käyttäjäyhteisö pystyy toimimaan itsenäisesti: 1. Ainakin joillakin käyttäjillä on kannusteita innovointiin 2. Ainakin joillain käyttäjillä on kannusteita julkaista tietoa innovaatioistaan 3. Käyttäjien tuotteilla on mahdollista kilpailla kaupallisen tuotannon ja jakelun kanssa. Kuten aiemmin mainitsin,

etenkin huippukäyttäjillä (lead-users) on erityisesti kannusteita innovointiin. Kirjallisuudessa mainitut motivaatioseikat vaikuttavat kohdan 2 toteutumiseen. Näitä seikkoja ovat muun muassa maine käyttäjäyhteisön keskuudessa, identiteetti yhteisön jäsenenä ja vastavuoroisuus (mm. Lakhani & von Hippel (2003); Shah (2006); Hertel, Niedner & Herrmann (2003)). Kolmas ehto vaikuttaa jokseenkin sopimattomalta peliteollisuuden ympäristöön, sillä pelialan käyttäjännovaatiot hyvin harvoin kilpailevat kaupallisten tuotteiden tai edes toistensa kanssa (Baldwin, Hienert & von Hippel, 2006). Itse asiassa käyttäjännovaatiot peliteollisuudessa saavat alkunsa juuri, siitä että kaupalliset toimijat ovat valmiita avaamaan peliensä sisältöä pelaajille ja jakamaan heille työkalut omien ratkaisujen luomiseen (mm. Gallagher & West, 2006; Arakji & Lang, 2007). Kyseessä on siis enemmänkin symbioosi kuin kilpailutilanne.

Jos ajattelemme Open Source –liikettä, voimme sanoa että sen lopputulokset ovat hyvin hyötyorientoituneita (mm. Franke & von Hippel (2003), Gallagher & West (2006), West (2003)), vaikka itse toiminta saattaisi olla harrastuspohjaista (mm. Shah, 2006). Voidaan myös hyvin katsoa, että käyttäjäyhteisöjen ulkopuolinen ympäristö ohjelmistoalalla on erittäin pragmaattinen ja kilpailuhenkinen (West, 2003). Siirretään katse pelialalle. Voidaan erittäin vahvasti sanoa, että pelialan käyttäjännovaatiot ovat viihdeorientoituneita, kohdennettuja parantamaan pelien tuomaa nautintoa. Toiminta on täysin harrastuspohjaista.

Käyttäjäyhteisöjen ulkopuolinen ympäristö ei ole lainkaan kilpailullinen käyttäjännovaatioita kohtaan, vaan pikemmin myötämielinen. Kuten aiemmin totesin, käyttäjännovaatiot saavat usein alkunsa peliyhtiöiden tarjoamalla avustuksella. Muita yhteisöjä, jotka ovat vuorovaikutuksessa käyttäjännovaatioita luoviin käyttäjäyhteisöihin, ovat muun muassa yleisesti pelejä käsittelevät harrastesivustot, pelimedia ja niiden yhteisöt, ja tietysti muiden pelien käyttäjäyhteisöt. Nämä luovat erittäin laajan pohjan harrastajien keskinäiselle vuoropuhelulle. Keskustelu käyttäjännovaatioista harvemmin rajoittuu ainoastaan käyttäjännovaatioita luovien käyttäjäyhteisöjen pariin, vaan usein myös niistä keskustellaan laajasti myös muissa pelikulttuurin yhteisöissä ja julkaisuissa.

Näkisinikin yhteisen pelikulttuurin erittäin vahvaksi yhdistäväksi tekijäksi pelialan käyttäjännovaatioiden kysymyksessä. Erimielisyyksiä saattaa ilmetä ja pelimaut ovat hyvin heterogeenisiä (mm. Jeppesen & Molin, 2003), mutta harrastuneisuus, kulttuuri ja tahto edistää edellä mainittuja seikkoja ovat yhteisiä. Tämän mahdollistaa seikka, että liki kaikki pelialan toimijat, jotka ovat jossain kosketuspinnassa peleihin itseensä, ovat myös itsekin peliharrastajia (mm. Grantham & Kaplinsky (2005); Zackariasson, Styhre & Wilson (2006)).



Yhteiset innostuksen kohteet tarjoavat erittäin otollisen kosketuspinnan yhteisöjen väliselle vuorovaikutukselle ja vaikutteiden omaksumiselle myös oman käyttäjäyhteisön ulkopuolelta. Harrastajamainen innostuneisuus on varmasti myös yleistä Open Source –lähestymisessä, mutta itse epäilen, että Open Source –liikkeen ulkopuolinen ympäristö ei ole yhtä yhtenäinen ja avoin kuin pelikulttuurissa, sillä Open Source –projektit ovat usein kilpailutilanteessa kaupallisten tuotteiden kanssa. Esimerkkinä mainittakoon muun muassa Microsoft Office ja OpenOffice –ohjelmistojen vastakkainasettelu tai monet muut vastaavat tapaukset. (West, 2003)

Voimme ottaa vielä yhden askeleen taaksepäin ja katsoa tekijöitä, jotka vaikuttavat itse pelikulttuuriin. Grantham & Kaplinsky (2005) esittelevät työssään, miten eri mediat vaikuttavat toisiinsa, esimerkiksi miten elokuvateollisuus on vaikuttanut peliteollisuuteen. Voidaan hyvin myös vetää yhtymäkohtia esimerkiksi peliteollisuuden ja kirjallisuuden tai vaikkapa musiikkiteollisuuden välille. Esimerkiksi voimme ottaa vaikkapa Medieval: Total War –pelin modin, joka muokkaa pelin sijoittumaan Taru Sormusten Herrasta –kirjan Keskimaahan ja sen kamppailuihin. Rock Band –sarjan peleissä puolestaan pelaaja pääsee leikkimään rokkitähteä oikeiden artistien musiikin säestyksellä. Esimerkkejä on lukuisia.

Vaikka käyttäjäyhteisöt pelialalla ovat varsin itsenäisiä, ne eivät kuitenkaan ole yksinäisiä saarekkeita. Käyttäjäyhteisöt saavat vaikutteita, ideoita ja uusia käyttäjiä todella suurelta alalta, tai niillä on ainakin mahdollisuus siihen.

#### *Jakelukanavat käyttäjännovaatioiden toimintaympäristönä*

Lopuksi tulen käsittelemään hieman peliteollisuuden jakelukanavien ominaisuuksia, sillä ne eroavat toimintaympäristönä käyttäjäyhteisöistä.

Suurin osa käyttäjännovaatioista jaetaan ilmaiseksi verkon käyttäjäyhteisöissä käyttäjännovaattorin toimesta. Luonnollisesti käyttäjännovaattori ei itse jaa henkilökohtaisesti innovaatioitaan, vaan ne useimmiten ladataan johonkin netin datavarastoista (repository), josta käyttäjät voivat kopioida ne itselleen (Scacchi (2004), West & O'Mahony (2005)). Tällöin jakelukanavana toimii useimmiten itse käyttäjäyhteisö.

Omaksi toimintaympäristökseen jakelukanavat erottuvat kunnolla vasta kun laadukkaita käyttäjännovaatioita lähdetään kaupallistamaan. Nämä käyttäjännovaatiot ovat lähes poikkeuksetta aiemmin mainitsemiani *radikaaleja käyttäjännovaatioita*, jotka ovat ominaisuuksiltaan ja viimeistelyltään täysin kaupallista tasoa (myös Arakji & Lang (2007)), Jeppesen (2004)). Tällöin avoimet datavarastot joudutaan hylkäämään, sillä käyttäjännovaatiot ovat poistuneet käyttäjäyhteisöjen ympäristöstä. Tehokkaan, uuden jakelutavan löytäminen on elinehto, sillä luonnollisesti aiemmat ilmaiset versiot käyttäjännovaatiosta eivät ole kadonneet minnekään, ja siten toimivat kilpailijoina kaupallistetulle versiolle.

Tämä oli esimerkiksi Valve Softwaren kaupallistaman Counter-Striken tilanne. Käyttäjillä oli edelleen mahdollisuus pelata pelin aiempia versioita. Valve kuitenkin pystyi nopeasti kaupallistamaan Counter-Striken käyttämällä hyväkseen kehittämänsä Steam-sovellusta, jonka kautta Counter-Striken kaupalliset versiot olivat nopeasti saatavilla. Steam on Valven kehittämä sähköinen markkinapaikka, josta pystyy digitaalisesti ostamaan, lataamaan ja pelaamaan pelejä. Helppo käytettävyys, välitön saatavuus ja markkinapaikan yhteisöllisyys tekevät sähköisestä markkinapaikasta erinomaisen jakelukanavan kaupallistetuille modeille. Tämä jakelutapa on helppo rinnastaa ilmaisten käyttäjännovaatioiden jakelutapaan, joka myös on nopea, välitön ja verkossa. Tällöin kaupallistaminen ei muuta järjestyvästi keinoja hankkia ja jaella uusia modeja. Sähköiset markkinapaikat siis tarjoavat kaupallisten modejen jakelulle luonnollisen jatkumon niiden aiempiin jakelutapoihin verrattuna.

Myös perinteistä vähittäismyyntiä on käytetty vähäisessä määrin jakelukanavana kaupallistetuille modeille. Tämän tavan ongelma on kuitenkin se, että se asettaa modin sille itselleen varsin vieraaseen kontekstiin. Modit ja muut käyttäjännovaatiot ovat syntyneet, levinneet ja saaneet suosiota verkossa, joten yleisö verkon ja sen käyttäjäyhteisöjen ulkopuolella on usein varsin tietämätön laadukkaistakaan modeista. Tällä jakelutavalla saattaa tavoittaa laajemman yleisön, mutta suuremman suosion saavuttaminen vaikuttaisi kyseenalaiselta. Poikkeuksena on tosin omaksi ilmiökseen paisunut Counter-Strike, jonka suosio tavoitti harrastajat liki kaikkialla maailmassa.

Toinen ongelma perinteisessä vähittäismyynnissä on useimpien loistavienkin modien skaalan pienuus. Ne eivät välttämättä käy sellaisenaan täysihintaisesta pelituotteesta. Täten ne saattavat helposti jäädä suurten täysihintaisten pelijulkaisuiden varjoon näkyvyydessä ja

myynnissä. Sähköisellä markkinapaikalla tuote on aina tarjolla ja saatavilla niille, jotka sitä haluavat.

Jos tarkastelemme yksinkertaisempaa käyttäjäsistä, niin integroituihin editoreihin on usein sisällytetty myös mahdollisuus jakaa ja hakea sisältöä pelin sisäiseltä käyttäjäyhteisöltä. Tämä yksinkertaistettu ja helppokäyttöinen jakelukanava on usein käytössä konsolipuolella, jossa innovaatiotyökalut ovat usein alhaisen taitotason työkaluja ja integroituja itse pelin sisälle. Esimerkiksi mainitsemassani Forza Motorsport 2 –pelissä (Turn 10 Studios, 2007) pelaaja voi lahjoittaa tai myydä maalaamiaan autoja toisille pelaajayhteisön jäsenille pelin itsensä sisällä. LittleBigPlanetissa (Sony, 2008) käyttäjä voi hakea, arvioida ja pelata muiden ihmisten luomia kenttiä pelin sisäisellä hakukoneella. Tämä tapa ei hyvin toteutettuna ole millään tavalla huonompi kuin PC-puolen Internet-pohjainen jakelutapa. Tämä tapa keskittää kaiken sisällön ja sen jakelun samaan paikkaan, jolloin hakuprosessi on usein helpompi ja yksinkertaisempi. Tämä keskitetty lähestyminen tosin soveltuu näkemykseni mukaan kunnolla ainoastaan hyvin integroiduille ja suhteellisen yksinkertaisille käyttäjäinnovaatioille.

Yhteenvedona voidaan siis todeta, että käyttäjäinnovaatioiden jakelukanavia on monia. Kaupallistaminen tuo omat haasteensa, mutta näen että sähköiset markkinapaikat ovat reilusti helpottaneet käyttäjäyhteisöjen ja kaupallisen toiminnan välistä kuilua. Käyttäjäinnovaatioiden kaupallistaminen on kuitenkin varsin uusi ilmiö pelialalla, joten vakiintuneita käytäntöjä ei vielä ole kovin paljon.

#### 4.4 Käyttäjäinnovaatioiden kaupalliset mahdollisuudet

Tämän osuuden viimeisessä luvussa tulen käsittelemään hieman tarkemmin käyttäjäinnovaatioiden kaupallisia mahdollisuuksia. Aiemmissa luvuissa on havaittu monia hyviä puolia ja erinomaisia käyttömahdollisuuksia käyttäjäinnovaatioille, mutta kääntyvätkö nämä ominaisuudet suoraan kaupallisiksi mahdollisuuksiksi? Tätä problematiikkaa tulen pohtimaan tässä luvussa, sekä mahdollisia erikoispiirteitä, joita peliteollisuuden käyttäjäinnovaatioiden kaupallistamisessa ylipäättävä on.

Pelialan käyttäjäinnovaatioiden kaupallistaminen on hyvin kiinnostava, mutta varsin uusi ilmiö. Jos tarkastelemme nykyistä käyttäjäinnovaatioiden kenttää, on kaupallistetuista käyttäjäinnovaatioista ainoastaan Half-Life –pelin modi Counter-Strike noussut

kiistämättömäksi menestykseksi (mm. Arakji & Lang (2007); Jeppesen (2004)). Muita esimerkkejä on tällä hetkellä vain kourallinen, muun muassa Day of Defeat, Red Orchestra ja Portal. Vielä kuvaavampaa on se, että kaikki nämä modit on kaupallistanut sama peliyhtiö, Valve Software. Voidaan siis sanoa, että jos pelialan käyttäjänovaatiot ovat nuori ilmiö, niiden kaupallistaminen on ilmiönä hädin tuskin vielä syntynytkään. Onkin kiinnostava mieltä, että mikä on syynä siihen, että kaupallistamishankkeita ei ole ollut enempää ja mitä kaupallisia mahdollisuuksia asian suhteen mahtaisi olla? Tätä kiinnostavaa kysymystä tarkastelen seuraavaksi käyttäjänovaatioiden vahvuuksien ja heikkouksien muodossa.

#### *4.4.1 Vahvuudet ja mahdollisuudet*

Jos tarkastelemme pelejä tuotteina, voimme huomata että ne ovat normaalisti noin 10-20 tuntia kestäviä interaktiivisia viihdekokemuksia (Tschang, 2005). Täten peleillä on oma kestdnsa, joka loppuu jossain vaiheessa. Toisin kuin esimerkiksi hyötyohjelmistot, pelien käyttöikä on siis varsin lyhyt ja kannustimet pelata peli uudestaan läpi varsin rajalliset. Käyttäjät haluavatkin usein lisäsisältöä ja uusia virikkeitä pelituotteeseensa (Gallagher & West, 2006), etenkin jos peli on katsottu laadukkaaksi. Modit ja muu käyttäjäsältö ehdottomasti tarjoavat tätä lisäsisältöä, joka pitää pelaajan kiinnostuneena tuotteesta pitempään.

Peliteollisuus on myös erinomaisesti onnistunut käyttäjänovaatioissaan välttämään tekijänoikeuskiistat avaamalla vain osan tuotteen koodista pelaajille, sitomalla käyttäjien luomat modit käytettäväksi vain emopelin alaisuudessa ja pidättämällä tekijänoikeudet itselleen (Arakji & Lang (2007), Gallagher & West (2006)). Tämä on ehdoton mahdollisuus ja turva käyttäjänovaatioiden kaupallistamiselle.

Modit ja modaaminen pystyvät parantamaan julkaistun pelin laatua vielä kauan julkaisun jälkeenkin, jos käyttäjäyhteisö on innokas. Tämä sen vuoksi, että modeilla pystyy vaikuttamaan myös pelin rakenteisiin ja täten korjata epämiellyttäviksi havaittuja ominaisuuksia pelistä. Yleisesti ottaen modit tarjoavat usein runsaasti erilaisia variaatioita ja pelimuotoja peliin (Cleveland, 2001), jotka entisestään lisäävät pelin elinikää ja kiinnostavuutta muun lisäsisällön rinnalla. Näin modit ja muu käyttäjäsältö vastaavat pelaajien tarpeeseen saada mahdollisimman hyvä pelikokemus aikaiseksi.

Kiinnostava, vastikään huomattu ilmiö on myös, että modaamalla on pystytty virvoittamaan monia vanhoja pelituotteita henkiin (revitalization) tai pidentämään niiden elinikää jopa monilla vuosilla (Scacchi, 2004). Tällaiset vanhojen pelien ”remontit” ovat hieno esimerkki siitä, miten myös vanhat klassikot voivat palata takaisin kaupallisiksi tuotteiksi, kun ne muokataan nykyaikaisille käyttöjärjestelmille sopiviksi ja uudenaikaistetaan mekaniikaltaan. Esimerkkejä tästä ilmiöstä on useita, muun muassa Jagged Alliance 2:n (1999, Sir-Tech) v.1.13 Mod, Baldur’s Gate (1998, Bioware) EasyTutu –projekti ja Fallout 2:n (Black Isle Studios, 1998) Restoration Project. Kaikki nämä esimerkit ovat saaneet suurta huomiota osakseen ja modernisoineet vanhoja klassikkopelejä toimimaan nykyisillä tietokoneilla sekä lisänneet niihin paljon uutta sisältöä.

Loistavimpana esimerkkinä voidaan tietysti mainita liki kaupallisen tason modit, jotka voi pienellä vaivalla kaupallistaa omiksi tuotteikseen, kuten Valve Software on jo useaan otteeseen tehnyt. (mm. Arakji & Lang (2007); Jeppesen (2004))

Teoreettiselta puolelta käyttäjännovaatioiden kaupallistumista on käsitelty vielä varsin vähän, todennäköisesti sen uutuuden vuoksi. Jeppesen (2004) on kuitenkin esittänyt uskottavan kuvauksen siitä, miten hyöty käyttäjännovaatioista pystytään realisoimaan. Hän argumentoi, että laadukkaat modit pidentävät tuotteen elinikää ja laatua, mahdollistaen pitemmän myyntiajan kyseiselle tuotteelle parantuneen näkyvyyden ansiosta. Modit ovat ilmaista arvonlisää pelin ostavalle kuluttajalle, mikä näkyy täten myös lisääntyneenä myyntinä. Toinen vaihtoehto on valita laadukkaimmat modit käyttäjäyhteisöstä ja kehittää ne valmiiksi julkaistavaksi tuotteiksi, mikä tuo peliyhtiölle suoraa voittoa käyttäjännovaatioista itsestään. Myös Schreier (2006) on havainnut kuluttajien maksuhalukkuuden nousevan merkittävästi, jos he saavat mahdollisuuden itse muokata tuotteita mieleisikseen.

#### *4.4.2 Uhat ja heikkoudet*

Kaikki edellä esille nousseet seikat pitävät paikkansa, mutta ne enemmänkin kuvaavat käyttäjännovaatioiden lopputuloksia enemmän kuin niiden luontiprosessia. Lopputulokset peliteollisuuden käyttäjännovaatioiden suhteen näyttävät erittäin valoisilta. Miten näihin lopputuloksiin päästään, se on edelleen hyvin hämärän peitossa sekä pelinkehittäjiltä että myös asiaan liittyvältä kirjallisuudelta.

*”...mutta jos ajatellaan, että myytiinkö sitä (Neverwinter Nights –peliä) yhtään laatikkoa enempää sen ekan vuoden jälkeen, niin luultavasti ei myyty.” (Soares, 2009).*

Tämä lausunto summaa asian problematiikan erinomaisesti. Käyttäjännovaatiot vaikuttavat myyntiin ainoastaan epäsuorasti, sillä itsessään ne ovat ilmaisia. Täten on hyvin vaikea tietää, miten paljon merkitystä itse käyttäjännovaatioilla on pelien myyntiin. Tästä epävarmuudesta huolimatta pelinkehittäjän olisi panostettava resurssejaan pätevien innovaatiotyökalujen kehittämiseen, käyttäjäyhteisöiden tutkimiseen ja käyttäjännovaatioiden analysoimiseen. Tämä veisi taatusti resursseja, mutta onnistuessaankin käyttäjännovaatioiden kaupalliset hyödyt ovat erittäin vaikeasti laskettavissa. Tämä käyttäjännovaatiomahdollisuuksien vaikuttaminen kuluttajien ostohalukkuuteen olisi erittäin mielenkiintoinen tutkimuksen aihe.

On varsin vaikea laskea käyttäjännovaatioita kovan laskennallisen hyödyn varaan, koska sitä on hyvin vaikea todentaa. Mahdollisesti parempi tapa on arvioida käyttäjännovaatioiden luomaa myötämielisyyttä (goodwill) pelinkehittäjää kohtaan.

Toinen ongelma on todellisten huippumodien harvinaisuus. Näistä modeista yritys voisi saada kaupallistettuna laskettavaa hyötyä käyttäjännovaatioihin panostamiselleen, mutta näitä modeja on myös kovin vähän ja niiden ilmestyminen ei millään tavoin taattu. Toisekseen, on myös mietittävä sitä, että tuoko kaupallistaminen riittävästi lisäarvoa modille verrattuna sen ilmaiseen versioon, että käyttäjät haluaisivat maksaa siitä. Tämäkin asia on vielä kirjallisuudessa hyvin auki.

Kolmannen ongelman näen itse prosessissa. Täysin varmaa prosessia, miten pelin tulevat käyttäjät saisi muodostamaan toimivan ja suositun käyttäjäyhteisön ja aloittamaan laadukkaiden käyttäjännovaatioiden luonnin, ei ole ainakaan lukemani kirjallisuuden tai havaintojeni perusteella löydetty. Voidaan kuitenkin tehdä kohtuullinen oletus, että mikäli aikoo hyötyä käyttäjännovaatioista pelissään, on käyttäjännovaatioihin ja työkaluihin myös panostettava runsaasti kehitysprosessin aikana. Tämän voi nähdä esimerkiksi Neverwinter Nights –pelissä, joka oli tehty etenkin tämä aspekti mielessä, kuten myös Sony'n LittleBigPlanetissa, jossa käyttäjännovaatiot olivat myös keskeinen osa peliä. Onnistuminen saattaisi vaatia siis keskitettyä panostusta käyttäjännovaatioihin, mutta jälleen määrittelemättömät hyödyt tekevät kunnan riskinotosta erittäin hankalaa.

Eräänlaisena uhkana modeissa on myös nähty niiden mahdollinen haitallinen vaikutus emopelin imagolle (Soares (2009), Pääjärvi (2009)). Pelinkehittäjän on erittäin vaikea kontrolloida kaikkea, mitä pelaajat voivat työkaluillaan luoda peliin. Pelaajat voivat täten luoda jotain sopimattomaan peliin, joka ei välttämättä lainkaan sovi pelinkehittäjän mieltämään pelin imagoon. Esimerkkinä voidaan mainita vaikkapa Spore (Maxis, 2008), joka on imagoltaan ja ilmapiiriltään varsin kiltti ja lapsiystävällinen peli. Pelissä pystyi editorilla luomaan erittäin monipuolisia pelihahmoja. Pelaajat kuitenkin loivat peliin sukupuolielimiä muistuttavia olioita ja muita groteskeja kummajaisia, jotka merkittävästi poikkesivat pelin yleisestä imagosta. Tämä tapahtuma kuitenkin otettiin huumorintajuisesti vastaan sekä peliyhteisössä että peliyhtiön riveissä. ”Kun pelaajille annetaan luova kontrolli, niin voit olettaa heidän tekevän jotain odottamatonta”, kuittasi tapahtuneen pelin pääsuunnittelija Will Wright (Kotaku, 2008). Voi kuitenkin kuvitella, että joissain tapauksista pelin ja peliyhtiön imagolle saattaisi koitua todellista vahinkoa.

Näen, että käyttäjännovaatioiden hyödyt ovat kiistämättömiä ja varsin monipuolisia, kuten lukuisat esimerkit osoittavat. Käyttäjännovaatioiden haasteet kuitenkin ovat siinä, miten näihin loistaviin lopputuloksiin päästään. Chesbrough'n & Appleyardin (2007) huoli tässäkin tapauksessa on erittäin validi: miten avoimen innovaation luoma lisäarvo pystytään realisoimaan? Kaupallisen liiketoiminnan ja ilmaisen harrastetoiminnan välinen kuilu on tässäkin tapauksessa erittäin haastava ylittää, aivan kuten Open Source – ohjelmistoissakin (mm. West, 2003). Tulen kuitenkin palaamaan empiriaosiossani kaupallistamisen käytäntöihin tarkastelemaan ja analysoimaan, minkälaisia muotoja käyttäjännovaatioiden kaupallistaminen on saanut nykypäivän käyttäjännovaatioiden parissa.

Seuraavassa osiossa kuvaillaan käyttämäni metodologiaa ja sen jälkeen pääsemme tutkimaan itse peliteollisuuden käyttäjännovaatioihin kohdistuvia asenteita ja käytäntöjä.

## 5. Metodologia ja kerätty empirinen aineisto

Työni pohjaa vahvasti kvalitatiiviseen lähestymistapaan. Katsoin tämän lähestymistavan olevan paras, kun tutkitaan käyttäjänovaatioiden tapaista vähän tutkittua aihepiiriä. Kvalitatiivinen lähestymistapa sallii aineiston monipuolisen käsittelyn ja keräämisen. Omasta näkökulmastani myös netin ainutlaatuinen ympäristö, käyttäjäyhteisöiden kirjavuus ja valtava lukumäärä eivät tue uskottavaa kvantitatiivista tutkimusta aiheesta.

Kvalitatiivisen tutkimukseni perustana olen käyttänyt Erikssonin & Kovalaisen kirjaa *Qualitative Methods in Business Research* (2008) ja siinä esiteltyjä metodeja. Aiheeni laajuuden vuoksi olen myös tehnyt päätöksen kerätä aineistoani mahdollisimman laajalta alalta ja monilla metodeilla, jotta saisin luotua elävän kuvan käyttäjänovaatioista ja niiden käyttäjistä pelialalla.

Seuraavaksi tulen esittelemään käyttämäni metodit ja niiden avulla keräämäni aineistot.

### 5.1 Internet-kysely pelaajien asenteista käyttäjänovaatioita kohtaan

Saadakseni aitoja mielipiteitä pelaajilta käyttäjänovaatioista, niiden käytöstä ja niihin liittyvistä asenteista, päätin tehdä suorittaa moniosaisen kyselyn verkossa. Toteutin kyselyni alun perin luomalla neljälle peliaiheiselle keskustelufoorumille viestiketjun, jossa julkaisin kysymykseni, johon pyysin foorumin käyttäjiä vastaamaan. Foorumeista kaksi oli suomalaisia ja kaksi ulkomaalaisia:

1. Pelit-lehden foorumit (<http://www.pelit.fi/keskustelu>)
2. Muropaketti - MuroBBS (<http://keskustelu.plaza.fi/muropaketti/bbs>)
3. IGN Message boards (<http://boards.ign.com>)
4. GameSpot Forums (<http://www.gamespot.com/forums/>)

Suoritin kyselyni 28.1 – 25.2.2009 välisenä aikana. Kaksi viikkoa aloituksen jälkeen siirryin käyttämään kyselyssäni Internet-pohjaista kyselykonetta, joka helpotti huomattavasti käyttäjien vastaamista ja innosti suurempaan vastausinnostukseen. Edellä ainitulla ajanjaksolla sain yhteensä 71 vastausta, joista jouduin poistamaan kolme epärelevanttiä



sisällön vuoksi, jolloin analysoitavaksi jäi 68 vastausta. Reilusti suurin osa vastauksista tuli suomalaisilta keskustelufoorumeilta, joka saattaa vinouttaa työni yleistettävyyttä lievästi, mutta mielestäni ei kuitenkaan merkittävästi.

Kysymykseni olivat vakioimuotoisia kaikille neljälle foorumille, joten kaikki vastaajat vastasivat samoihin kysymyksiin. Kysymykset olivat muodoltaan puoliavoimia ja tyyliään mahdollisimman neutraaleja, jotta vastaajat kertoisivat mahdollisimman rehellisen mielipiteensä.

Kysely oli luonteeltaan hyvin kvalitatiivinen. Puoliavoimien kysymysten hyvänä puolena vastaajien oma ääni kuului vastauksista erittäin hyvin. Kyselyssä analysoin asenneilmapiiriä modeja ja modien luontia kohtaan, sillä tutkimukseni edetessä olen huomannut, että tämä aihepiiri on tutkimukseni kannalta kaikista kiinnostavin ja merkittävin. Pelaajien innovatiiviset ideat peliyrityksille ja muut mahdolliset käyttäjänovaatioiden muodot eivät tässä kyselyssä olleet esillä.

Jaottelin kyselyni neljään osa-alueeseen sekä vapaamuotoisiin kommentteihin. Kyselyn osa-alueet olivat seuraavat:

1. Pelaajien aktiivisuus käyttäjänovaatioiden suhteen (4 kysymystä)
2. Pelaajien suhtautuminen käyttäjänovaatioihin (4 kysymystä)
3. Pelaajien osallistuminen käyttäjänovaatioihin (4 kysymystä)
4. Pelaajien näkemys käyttäjänovaatioiden tulevaisuudesta (3 kysymystä)

Pyrkimykseni oli löytää vallitsevia teemoja, joita vastauksista esiintyi toistuvasti ja samalla saada selville mitä mieltä käyttäjät käyttäjänovaatioista olivat ja mikä niiden merkitys heille on. Pyrin myös ymmärtämään vastauksien luomaa kokonaisuutta, joka analyysini perusteella syntyy, ja mitä mahdollisia implikaatioita tällä kokonaiskäsitteellä mahdollisesti on käyttäjänovaatioiden kannalta ilmiönä.

Voimakkaimmin tämän kyselyn anti vaikuttaa lukuun kuusi, jossa analysoin kyselyssä keräämäni aineiston. Toisaalta, kuten tutkimuskysymyksieni perusteluissa mainitsin, tämän aineiston läpi suodattuvat myös näkemykset käytäntöjä kohtaan, sillä uskon että asenteilla ja

”fiiliksellä” on erityisen vahva rooli pelialan käyttäjännovaatioiden käytäntöjen muokkaajana.

## 5.2 Haastattelut suomalaisten peliyritysten edustajien kanssa

Tein työtäni varten myös kolme haastattelua nousevissa suomalaisissa peliyrityksissä. Haastatteluiden tarkoituksena oli kartoittaa, mitä mieltä pelinkehittäjät olivat käyttäjistä, heidän ideoistaan sekä käyttäjännovaatioista pelimaailmassa. Pyrkimyksenäni oli saada lisätietoa firmojen sisältä, heidän ulkoisen viestintänsä ja julkaisuidensa lisäksi. Haastatteluiden tärkeä kontribuutio oli tuoda peliyritysten asenteet mukaan työhöni analysoitaviksi.

Toteutin haastatteluni paikan päällä yritysten toimitiloissa. Haastattelemani henkilöt toimivat yritystensä suunnittelu- ja projektijohtajina, joten heillä oli erinomainen tietämys pelinkehityksestä sekä pelikulttuurista yleisesti. Haastattelut kestivät tasaisesti noin puolitoista tuntia kukin. Tallensin haastattelut digitaaliselle nauhurille ja myöhemmin kirjoitin haastattelut auki paperille myöhempää referointia varten.

Haastatteluideni rakenne oli seuraavanlainen. Erikssonin & Kovalaisen (2008) kirjan esittelemiä haastattelumetodeja hyväkseni käyttäen, tein haastatteluita varten selkeän kysymyspohjan. Pyrin kysymyksillä sekä keräämään tietoa yrityksen toiminnasta käyttäjännovaatioiden ja käyttäjien suhteen, että kartoittamaan mitkä heidän asenteensa ilmiötä kohtaan olivat. Kuten haastatteluista kävi ilmi, nämä kaksi asiaa eivät olleet täysin yhteneväiset. Haastatteluiden rakenne oli puolistrukturoitu: kysymyssarja oli sama kaikkiin haastatteluihin, mutta kysymykset olivat laadittu avoimiksi ja keskusteluun kannustaviksi. Yhteinen peliharrastuspohjani haastateltavien kanssa antoi hyvät mahdollisuudet keskustelemaan haastatteluun, näkökulmien tarkentamiseen ja lisäkysymysten esittämiseen. Kysymyssarja haastatteluissa oli ennen muuta ohjaava, ei rajoittava. Pyrin myös esittämään kysymykseni mahdollisimman neutraalissa valossa, jotta en vaikuttaisi haastateltavien mielipiteisiin liikaa.

Haastattelurunko itsessään oli jaettu viiteen osaan:

1. Yleisiä ominaisuuksia ja asenteita kartoittaviin alkukysymyksiin (7 kysymystä)
2. Pelaajien ideoita ja innovaatioita koskeviin kysymyksiin (6 kysymystä)
3. Asenteita käyttäjännovaatioihin kohtaa kartoittavaan osioon (5 kysymystä)
4. Käyttäjyhteisöjen funktiota ja merkitystä tarkasteleviin kysymyksiin (6 kysymystä)
5. Modaus ja modikulttuuri -kysymyksiin. (8 kysymystä)

Haastattelemiani yritykset olivat NitroGames Oy, FrozenByte Oy ja Bugbear Oy. Firmat kaiken kaikkiaan ovat melko uusia toimialalla, joten on sanottava muutama sana tämän aineiston yleistettävyydestä. Tämä aineisto ei ole työni keskeinen tukipilari, vaan tarjoaa pääasiassa kiinnostavaa lisätietoa myös toimialan yritysten sisältä ja kontrastia pelaajien asenteisiin ja odotuksiin. Pienempien peliyritysten toimintamekaniikat ovat erilaiset kuin alan suurimpien ja vakiintuneiden toimijoiden. Asenteisiin saattaa myös hyvin vaikuttaa se onko yritys tehnyt jo runsaasti pelejä, ja etenkin onko yritys luonut jatkuvia pelibrändejä tai jatko-osia peleilleen. Myös pelien suosio ja myyntivolyymit saattavat olla hyvin ratkaisevia tekijöitä juuri käyttäjännovaatioita ajateltaessa (Hyvärinen, 2009). Varoitan täten lukijoita, että eivät vedä yhtäläisyysmerkkiä haastattelutuloksieni ja koko pelialan välille. Peliala on hyvin laaja ja dynaaminen, ja siellä on monenlaisia näkemyksiä. Haastateltavieni näkemykset olivat eräitä näistä näkemyksistä.

Haastattelutuloksiani en analysoi Internet-kyselyni tapaan omassa luvussaan, vaan pyrin käyttämään niitä tukemaan, analysoimaan ja rakentamaan väitteitä käyttäjännovaatioista ja niiden käytännöistä sekä asenteista. Tulen esittämään näitä alan asiantuntijoiden näkemyksiä läpi tämän työn.

### 5.3 Ammattikirjallisuuden analyysi

Katsoin parhaaksi sijoittaa tämän lähestymistavan empirian puolelle kirjallisuuskatsauksen sijaan. Ammattikirjallisuutta ei yleisesti juurikaan lasketa tieteelliseksi kirjallisuudeksi, vaan pikemminkin työkaluksi ammatinharjoittamiseen. Tähän tulokseen myös itse kirjallisuutta analysoidessani tulin.

Pyrin aloittamaan käyttäjänovaatioiden käytäntöjen tutkimisen analysoimalla, mitä toimialan ammattikirjallisuudessa on aiemmin sanottu ilmiön tiimoilta. Ammattikirjallisuus pelialalla on usein Best Practice –tyylistä kirjallisuutta, jossa pyritään valottamaan onnistuneimpia käytäntöjä ja prosesseja, jotka toimialalla vallitsevat.

Ammattikirjallisuuden analyysi toimii hyvänä pohjustuksena käytäntöjen tutkimiseen. Se antaa osviittaa siihen, mihin asioihin pelinstudioiden tulisi kiinnittää huomiota tuotteitaan kehittäessä. Ammattikirjallisuutta on myös saatavilla erittäin paljon. Keskitin etsintäni ammattikirjallisuuteen, joka liittyi pelien suunnitteluun tai tuottamiseen. Koodaukseen ja muihin pelien teknisiin aspekteihin liittyvän kirjallisuuden sivuutin etsinnöissäni, sillä ne eivät kuulu olennaisesti työni aihepiiriin ja en uskonut löytäväni niistä relevanttia tietoa tutkimustani varten. Löytämistäni pelien tuotantoon ja suunnitteluun liittyvästä ammattikirjallisuudesta poimin 14 lupaavinta teosta analyysia varten.

Analyysini tarkoituksena on löytää, onko ammattikirjallisuudessa jo vakiintuneita käytäntöjä, miten toteuttaa ja hyödyntää käyttäjänovaatioita pelialalla, vai onko ilmiöön ehditty tai viitsitty kiinnittää vielä lainkaan huomiota. Suoraan käyttäjänovaatioihin liittyvien käytäntöjen lisäksi tarkastelen myös muun muassa, mitä rooleja kirjallisuus antaa loppukäyttäjille tuotekehityksen prosessista ja mitä käyttäjänovaatioita tukevia tai estäviä käytäntöjä kirjoissa esitellään. Sanalla sanoen, tarkoitukseni on löytää sekä suoraan että epäsuorasti käyttäjänovaatioihin liittyviä käytäntöjä ammattikirjallisuuden parista.

#### 5.4 Käyttäjyhteisöiden, yritysten ja pelien havainnointi

Keskeisin osa aineistoani on pelimaailman, käyttäjyhteisöjen ja pelialan toimijoiden havainnointi. Tällä tavoin katson saavani parhaan mahdollisen kuvan tästä varsin uudesta ilmiöstä ja sen toimintaympäristöstä.

Pyrin lähestymään aihepiiriäni varsin laaja-alaisesti. Keskityn mitä suurimmissa määrin Internetin pelaajien ja pelien käyttäjyhteisöihin, joissa useimmat käyttäjänovaatiot ja suurin osa vuorovaikutuksesta saa alkunsa. Tarkastelussani ovat myös olennaisten pelialan yritysten nettisivut ja uutiset. Olisi tietysti myös hyvin pintapuolista, jos pelialaa tutkiessani en myös tutkisi itse pelejä ja niissä esiintyviä käyttäjänovaatioiden muotoja. Kiteytetysti

pyrin siis tarkastelemaan käyttäjännovaatioita paikan päällä, missä ne tapahtuvatkin. Tätä virtuaaliyhteisöjen tutkimustapaa Erikssonin & Kovalaisen (2008) kirjassa kuvataan netnografiaksi.

Tulen seuraamaan sekä modiyhteisöjä että yleisempiä harrastajayhteisöjä, vaikka näiden välinen raja onkin parhaimmillaankin varsin häilyvä. Tulen keskittymään työssäni pääasiassa yhteisöjen näkyviin käytäntöihin ja keskusteluihin, sillä aika ja resurssini eivät riitä tutkimaan riittävän tarkasti, mitä kaikkea netin ja yhteisöiden julkisivujen takana mahdollisesti tapahtuu. Yhteisöjen erittäin suuren määrän vuoksi olen rajannut tutkimuskohteeni merkittäviin ja onnistuneisiin esimerkkeihin käyttäjäyhteisöistä, jotka ovat onnistuneet tuottamaan ja välittämään onnistuneita käyttäjännovaatioita pelimaailmaan. Tässä on lista kiinnostavimmista yhteisöistä ja peleistä, jotka erityisesti ovat tarkasteluni kohteena:

1. *Total War Center* (<http://www.twcenter.net/>) – Total War –sarjan pelien merkittävä käyttäjäyhteisö
2. *Mount & Blade* (<http://www.taleworlds.com/>) – Pienen independent-peliyhtiön onnistunut ja eloisa käyttäjäyhteisö
3. *Neverwinter Nights Vault* (<http://nwvault.ign.com/>) – Onnistuneen ja vahvasti käyttäjännovaatioihin pohjautuvan tietokoneroolipelin käyttäjäyhteisön sivustot
4. *rFactor* (<http://www.rfactorcentral.com/>) – Modeihin ja laajennettavuuteen vahvasti panostaneen ajosimulaattorin käyttäjäyhteisö

Olen valinnut yllämainitut esimerkit sen mukaan, miten hieman eri tavoin käyttäjäyhteisöt ja – innovaatiot voidaan järjestää ja organisoida. Nämä neljä kohdetta ovat mielestäni hyviä esimerkkejä tästä vallitsevasta erilaisuudesta. Näiden päätutkimuskohteiden lisäksi tulen myös tarkastelemaan muita pelaajien harrastaja- ja käyttäjäyhteisöitä, jotka ovat tutkimuksen kannalta kiinnostavia.

Tavoitteeni on tarkastella yhteisöjen vuorovaikutusta pelaajien, modien kehittäjien sekä mahdollisesti peliyhtiöiden edustajien välillä. Yhteisöjen lisäksi tulen tarkastelemaan, minkälaisia ratkaisuja käyttäjännovaatioiden hyödyntämiseen on olemassa pelialalla ja peleissä jo nykyään. Tarkastelen myös, miten peliyhtiöt ottavat tai ovat ottaneet kantaa modeihin ja käyttäjännovaatioihin viestinnässään tai teknisissä ratkaisuissaan. Teknisten käytäntöjen kannalta pyrin selvittämään, mitä käyttäjännovaatiot vaativat teknisesti, jotta

niitä voidaan kehittää, levittää ja implementoida. Pysin liittämään havainnoimani tekniset käytännöt tiiviisti käyttäjänovaatioiden kokonaiskuvaan ja organisaatioon, jotta teknisten seikkojen tärkeys kokonaisuudessa korostuisi, eivätkä ne jäisi pelkkien irrallisten yksityiskohtien tasolle. Kuten olen aiemmin maininnut, en tule työssäni kuitenkaan käsittelemään tarkan yksityiskohtaisesti tekniikkaa ja teknologiaa, vaan tutkimukseni keskittyy yleisemmällä tasolla siihen kuinka tekniikka tukee ja mahdollistaa tämän uuden käyttäjänovaatioiden kehittymisen.

Tämän osuuden lähestymistapaa käytän läpi työni, sillä se on minusta luotettavin tapa saada oikeaa kuvaa käytännöistä, jotka pelialalla vallitsevat käyttäjänovaatioiden suhteen. Tämä tarkastelu on hyvin vahvasti kallellaan PC-peleihin, sillä käyttäjänovaatiot konsolipuolella on nykyään vielä liki hypoteettinen käsite, vaikkakin ideana hyvin kiinnostava. Voimakkaimmin tämä lähestymistapa on luultavasti vaikuttanut työni seitsemännen osion lukuihin sosiaalisista, teknisistä, integroivista sekä kaupallistamiskäytännöistä, mutta käytän havaintojani ja kokemuksiani pelialasta läpi koko tutkimukseni.

## 5.5 Tutkimuksen luotettavuudesta ja validiteetista

### *5.5.1 Luotettavuus*

Kuten olen maininnut, työni tarkoitus on kartoittaa käyttäjänovaatioiden käytäntöjä peliteollisuudessa. Näen, että työni luotettavuus on varsin hyvä, jos pidetään mielessä vain rajoitteet, joiden vallitessa toimin. Työssäni en niinkään tutki yksilöitä toiminnassa, vaan pikemminkin yhteisöjä ja yrityksiä. Tämä näkökulma painottaa työtäni keskittymään yhteisöjen olemassa oleviin käytäntöihin, yksittäisten toimijoiden ja käytäntöjen sijaan. En myöskään kehota lukijoita vetämään mahdollisesti johtopäätöksiä yhteisöjen julkisivun takana tapahtuvista prosesseista, sillä niitä en työni puitteissa ole päässyt juurikaan tarkastelemaan. Työni fokus on juuri käyttäjänovaatioiden toimijoiden näkyvässä ja julkisessa vuorovaikutuksessa käyttäjät yhteisöissä, ja siinä mitä eri käytäntöjä tuosta vuorovaikutuksesta syntyy ja mitä käytäntöjä se edellyttää. Nämä seikat huomioon ottaen näen kuitenkin, että aineistoni luotettavuus on hyvä.

Aineistonkeruutavoista on syytä nostaa muutama seikka esille. Asennekyselyyn vastanneiden pelaajien profiili ei välttämättä vastaa täysin keskivertopelaajaa, vaan painottuu enemmänkin aktiiviharrastajien puolelle. Tämä ei kuitenkaan ole mielestäni suurikaan ongelma, sillä olen aineistossani havainnut, että käyttäjännovaatiot eivät vielä ole koko pelaajakunnan ilmiö, vaan ilmiö on vielä varsin painottunut innokkaimpien harrastajien keskuuteen. Kyselyssä havaittu seikka siten vastaa mielestäni hyvin todellisuuden tilaa. Tämä kuitenkin heikentää hieman aineistoni luotettavuutta, sillä ympäristö josta keräsin datani, ei missään nimessä ollut satunnaisotos kaikista pelaajista, joten aineiston yleistettävyyttä koko pelaajakuntaan saattaa olla heikonlainen.

Netnografisen havainnointitutkimuksen aineisto on mielestäni luotettavaa, sillä olen toiminut sitä kerätessä ainoastaan käytäntöjen tarkkailijana, ilman suoraa panosta keskusteluihin tai tapahtumiin. Havainnoimani yhteisöt olen valinnut niiden esimerkillisen toteutuksen ja suosion perusteella. Pyrkimykseni on tarkastella, miten onnistuneet yhteisöt toimivat, sen sijaan että käyttäisin täysin sattumanvaraista otosta netin käyttäjäyhteisöistä. Kriittisempänä kannanottona voin kuitenkin todeta, että yhteisöjen havainnoistani tekemät tulkinnat voivat olla vajavaisia, sillä itse en ole yhdenkään tarkkailemani käyttäjäyhteisön pitkäaikainen jäsen. Tällöin tarkastelujaksoni lyhytaikaisuus (helmikuu-toukokuu 2009) voi mahdollisesti aiheuttaa, että tekemäni havainnot ja tulkinnat eivät välttämättä kerro täydellisen tarkkaa kuvaa yhteisön jäsenistä ja heidän toiminnastaan. Luotettavuus kasvaisi pitkäaikaisemmassa ja keskittyneemmässä yhteisöjen havainnoinnissa, joka ei tämän työn puitteissa ollut mahdollista.

Peliyrityksissä tehdyt haastattelut ovat otos suomalaisesta peliteollisuudesta. Haastattelemiani henkilöt olivat vastuussa yhtiöidensä pelien suunnittelusta tai tuotannosta, joten katson heidän lausuntojensa olevan asiantuntevia ja totuudenmukaisia. On kuitenkin huomattava, että vaikka haastatteluni saattavat antaa kohtuullisen kuvan suomalaisten peliyritysten asenteista, niin en katso, että haastatteluiden aineistoa pystyy suoralta kädeltä yleistämään koko peliteollisuutta koskevaksi.

Myös julkaisijoiden rooli pelikehityksessä on työssäni varsin pienessä roolissa, vaikka todellisuudessa julkaisijoilla erittäin suuri vaikutusvalta pelistudioihin. Julkaisijoiden roolia ja vaikutusta ei ole tässä työssä mittavasti käsitelty, mikä myös heikentää haastatteluista keräämieni tietojen luotettavuutta ja niistä tehtävien johtopäätösten pitävyyttä. Tästä

yleistettävyyden ongelmasta johtuen haastattelut ovat työssäni pääasiassa muuta aineistoa tukevassa roolissa. Käsittelen haastateltavien lausuntoja yleisinä asiantuntijalausuntoina, sen sijaan että voisin yleistää niitä yleisimmiksi peliteollisuutta koskeviksi väitteiksi.

### *5.5.2 Validiteetti*

Validiteetti mittaa, miten hyvin aineisto ja kysymykset mittaavat tutkittavaa ilmiötä. Katsoisin, että työni validiteetti on hyvä. Katson tämän johtuvan hyvin paljon siitä, että itselläni on runsaasti kokemusta tutkittavasta ilmiöstä itsestään. Peliharrastajana minun on helpompi löytää hedelmällisiä tutkimuskohteita pelimaailmasta. Keskustelu pelaajien ja pelikehittäjien kanssa on myös paljon helpompaa, kun on yhteistä kokemuspohjaa. Kokemus auttaa siis kiinnittämään huomiota pelikulttuurille ja pelaamiselle olennaisiin seikkoihin, ja auttaa näkemään pelimaailman erilaisia nyansseja.

Olen myös hyväksyttänyt haastatteluideni ja asennetutkimukseni kysymykset ohjaajallani, jotta kysymykseni varmasti mittaisivat sitä mitä niiden pitääkin mitata. Tämän lisäksi olen käyttänyt Erikssonin & Kovalaisen (2008) opasta kvalitatiiviseen tutkimukseen, jotta käyttämäni metodit olisivat tieteellisesti vakaalla pohjalla.

Negatiivisena puolena runsas kokemus peleistä ja pelikulttuurista myös selvästi ohjaa huomiotani tiettyihin asioihin. Tottuminen ja rutinoituminen harrastuneisuuden myötä voi aiheuttaa, että helposti ohitan itselleni itsestäänselvää, mutta tutkimuksellisesti erittäin arvokasta tietoa. Harrastuksen myötä myös omat mieltymykset ovat usein hyvin vahvat, jolloin havainnot ja tulkinnat saattavat niiden takia värittyä puoleen tai toiseen. Tämä erityisen riskialtista juuri sen vuoksi, että oma kokemukseni peleistä on juuri harrastajana ja käyttäjänä. Minulla ei ole kokemusta kaupallisen pelinkehityksen tai –tuotannon puolelta, jolloin joudun siltä osin nojautumaan kirjallisuuden ja haastattelujen tarjoamaan dataan. Tämä saattaa aiheuttaa validiteettiä vaarantavaa ylipainotusta käyttäjännovaatioiden aspekteihin, jotka harrastajana miellän kiinnostaviksi ja tärkeiksi. Olen kuitenkin pyrkinyt työni tutkimuskysymyksillä ja aineistonkeruu tavoilla minimoimaan harrastuneisuuteni haitat ja korostamaan sen hyötyjä. Laajan kokemuksen tuomat mahdolliset havaintovääristymät on silti syytä ottaa huomioon tutkimustani lukiessa.



Aivan kuten luotettavuuden kohdalla, myös julkaisijoiden rooli validiteetin osalta on työssäni mahdollinen sudenkuoppa. Olen työssäni tehnyt oletuksen, että julkaisijat eivät näyttele merkittävää roolia käyttäjänovaatioiden kehityksessä ja tuotannossa. Olen täten keskittynytkin juuri käyttäjien ja osaksi myös pelistudioiden toiminnan tarkkailuun. Saattaa kuitenkin olla, että julkaisijoilla on suurempi painoarvo käyttäjänovaatioihin ja niiden mahdollisuuksiin. Julkaisijoiden merkitys käyttäjänovaatioille saattaa paljastua lisätutkimuksen myötä, mutta siihen asti heidän toimintansa merkitys säilyy kysymysmerkkinä ja mahdollisena haittana tämän tutkimuksen validiteetille.

Samanlainen uhka validiteetille on myös käyttäjäyhteisöjen sisäisten prosessien ja henkilökohtaisen viestinnän kuvauksen puute työssäni. Työni keskittyy eksplisiittisten käytäntöjen kuvaukseen ja analyysiin, mutta saattaa olla että käyttäjäyhteisöjen implisiittiset oletukset, julkisivun takaiset prosessit ja henkilökohtainen yhteydenpito jäsenten välillä ovat myös hyvin kriittisiä osia yhteisöjen toimintaa. Voidaan siis hyvin nostaa esille kysymys, että onko työni validiteetin kannalta olennaisempaa kuvata eksplisiittistä toimintaa ja vuorovaikutusta vai hiljaisempia, implisiittisiä prosesseja ja ajattelutapoja? Itse näen, että eksplisiittinen kuvailu on parempi tapa aloittaa tämän kiinnostavan ilmiön kuvailu, mutta parhaassa tilanteessa saataisiin myös arvokasta lisätietoa tutkimuksella mainitsemistani yhteisöjen implisiittisistä ominaisuuksista.

## 5.6 Huomioita kokemuksen vaikutuksesta työhöni

Työssäni en aina puhu pelkän aineistoni tai asiantuntijakommenttien varassa. Saatan puhua myös omalla äänelläni peleistä ja peleihin liittyvistä ilmiöistä ilman viitteiden tukea. En näe tätä kuitenkaan kovin suureksi ongelmaksi, sillä itselläni on tähän mennessä kerääntynyt innokkaana peliharrastajana jo liki 20 vuotta aktiivista kokemusta peleistä ja pelikulttuurista. Uskon, että omien kokemuksieni ja näkemyksieni esille tuonti luo työhöni mahdollisesti uusia näkökulmia ja pystyy antamaan paremman ymmärryksen asioihin, joita asiaan vihkiytymättömän on mahdollisesti vaikeampi ymmärtää.

Pyrin toki pitäytymään empiirisessä aineistossani kun se on tarpeen, mutta pyrin myös ajoittain laajentamaan empiiristä aineistoani mahdollisilla omilla oletuksillani ja näkökulmillani, sikäli kuin kokemuspohjani katson sen sallivan. Kieltämättä on vaikeaa

asettua kokonaan ulkopuolelle harrastuksestaan, kuten yllä mainitsin, mutta itse en näe kokemuksen olevan kirous, vaan pikemminkin siunaus työlleni.

Kuten edellisessä luvussa kerroin, tulen lähestymään aineistoani hyvin vahvasti etnografisin menetelmin. Etnografiassa on kaksi vallitsevaa perspektiiviä: emic-näkökulma, joka tarkoittaa asian katsomista ns. ”paikallisen” silmin, sekä etic-näkökulma, joka tarkoittaa asian tarkastelua ulkopuolisena havainnoijana (Eriksson & Kovalainen, 2008). Parhaassa tapauksessa työni pystyy yhdistämään nämä kaksi näkökulmaa ja antamaan sekä ulkopuolisen näkökulman käytännöistä ja asenteista, sekä antamaan ”sisäpiiriläisen” näkemyksiä asioista.

## **6. Käyttäjien asenteet käyttäjännovaatioita kohtaan**

Tämän ensimmäisen empiirisen osan tarkoituksena on luodata loppukäyttäjien ajatuksia pelialan käyttäjännovaatioiden suhteen. Tämä osio keskittyy vahvasti juuri korkean taitotason (high-end) käyttäjännovaatioihin, eli modeihin, liittyvien ajatusten ja mielipiteiden analysointiin. Tämä johtuu osittain omista mielenkiinnon kohteistani, modien monipuolisista mahdollisuuksista ja myös halustani säilyttää kyselyssäni riittävän tiivis fokus. Myös muita käyttäjännovaatioihin liittyviä aiheita nousi kuitenkin kyselyssä esille.

Tämä osio noudattelee suurelta osin rakenteeltaan ja etenemiseltään kyselyni rakennetta (kts. Liite 1). Tulen siis käsittelemään ja analysoimaan kyselyni pääosiot seuraavassa järjestyksessä:

1. Käyttäjien aktiivisuus käyttäjännovaatioiden suhteen
2. Käyttäjien asenteet käyttäjännovaatioita kohtaan
3. Käyttäjien osallistuminen käyttäjännovaatioiden luontiin
4. Näkemykset käyttäjännovaatioiden tulevaisuudesta

En tule kuitenkaan orjallisesti käymään läpi esittämiäni kysymyksiä ja niihin saatuja vastauksia, vaan pyrin analysoimaan kutakin osiota kokonaisuutena. Kuten tulini huomaamaan, pelaajilla oli varsin paljon sanottavaa modeista ja niiden merkityksistä heille harrastajina.

### **6.1 Käyttäjien aktiivisuus käyttäjännovaatioiden suhteen**

Tässä osiossa tulen käsittelemään aluksi hieman tarkemmin pelaajien käyttäjännovaatioiden käyttötottumuksia. Tarkastelu keskittyy siihen, minkälaisiin pelityyppeihin käyttäjännovaatioita sovelletaan, miten usein niitä käytetään ja minkälaiset peliharrastajat näitä sovelluksia käyttävät. Luonnollisesti myös kysymyksenä on myös, että kiinnostavatko käyttäjännovaatiot käyttäjiä ylipäänsä.

Jo ensimmäisestä kysymyksestä lähtien on varsin selvää, että vastaajat ovat yleisesti ottaen varsin kiinnostuneita käyttäjännovaatioista. 68 vastaajasta huimat 66 vastasi olevansa kiinnostunut modeista ja ainoastaan yksi henkilö suhtautui suoran kielteisesti käyttäjännovaatioihin. Seuraavaksi muutamia vastaajien perusteluja, miksi he näin ajattelivat:

*”Niillä saa peliä pelattua kauemmin tylsistymättä, kun koko ajan on mahdollista lisätä peliin jotain jännää ja uutta”*

*”Olen kiinnostunut enimmäkseen fan-patcheista, jotka korjaavat peliin jääneitä bugeja ja pikkumodeista jotka korjaavat tai tuovat lisää ominaisuuksia peleihin”*

*”Olen kiinnostunut ja hankin niistä tietoa muilta pelaajilta. Kuitenkin omaan käyttöön asentuu hyvin harva modi. Suurin osa on turhia räpellyksiä, mutta jotkut modit saavat heräämään kiinnostuksen uudelleen läpikoluttua peliä kohtaan”*

Kaikkien kommenttien perusteella voitiin nähdä, että kiinnostus vaihteli hyvin suuresta innostuksesta varautuneeseen mielenkiintoon. Mielenkiinto modeja kohtaan on silti hyvin laaja, vaikka sen vahvuus vaihtelee varsin paljon pelaajien välillä. Seuraavassa taulukossa on yhteenveto tämän ensimmäisen osion tuloksista ja vastauksista.

Oletko kiinnostunut pelaajien tekemistä modeista tai patcheista peleihin?						
	Kyllä	Ei	En osaa sanoa	Yht.		
Lukumäärä	66	1	1	68		
Prosentuaalinen osuus	97,05 %	1,47 %	1,47 %	100 %		
Pelaatko usein pelaajien tekemiä modeja tai käytät heidän tekemiään patcheja? Osaatko arvioida kuinka usein?						
	Usein (Useita kertoja viikossa)	Silloin tällöin (Muutamia kertoja kuukaudessa)	Harvoin (Kerran kuukaudessa tai harvemmin)	En koskaan	En osaa sanoa	Yht.
Lukumäärä	35	8	11	0	14	68
Prosentuaalinen osuus	51,47 %	11,80 %	16,18 %	0 %	20,59 %	100 %
Pidätkö itseäsi aktiivisena peliharrastajana?						
	Kyllä	Ei	En osaa sanoa	Yht.		
Lukumäärä	58	5	5	68		
Prosentuaalinen osuus	85,29 %	7,35 %	7,35 %	100 %		

Taulukko 1

Kuten yllä olevasta taulukosta käy ilmi, pelialan käyttäjännovaatioita käyttävät pääasiassa aktiiviset ja innokkaat harrastajat. Tämä löydös ainakin tukee sitä, että aktiiviset peliharrastajat ainakin suhtautuvat varsin positiivisesti käyttäjännovaatioihin. Harmillisesti tämä kysely ei mahdollistanut yleisen pelaajakunnan mielipiteiden kartoitusta, sillä kysely tehtiin juuri peliharrastajien keskustelufoorumeilla, joten luonnollisesti heidän mielipiteensä ovat eniten kuuluvilla tässä kyselyssä.

On kuitenkin kiinnostavaa nähdä, että käyttäjännovaatioita kohtaan koettu kiinnostus ei rajoitu ainoastaan yleisen kiinnostuksen tasolle, vaan pelaajat käyttävät itse käyttäjännovaatioita hyvinkin aktiivisesti peleissä parantamaan omaa pelikokemustaan. Kuten nähdään, käyttäjät hyvin innokkaasti käyttävät peleissään modeja (kts. Taulukko 1). Yli 50% vastaajista totesi käyttävänsä modeja usein ja suuressa osassa pelaamistaan peleistä. Näin aktiivisella ja suurella käyttöprosentilla voidaan tehdä vahva oletus, että käyttäjännovaatioilla ja etenkin kehittyneillä modeilla on merkitystä pelaajille, ainakin aktiivisten harrastajien tapauksessa. Suhteellisen suuri osuus vastauksista modien käyttöiheyden kyselyssä meni En osaa sanoa –kategoriaan. Tämä ei kuitenkaan johtunut siitä, etteivätkö vastaajat tienneet omia käyttötottumuksiaan. Tämä johtui enemmänkin siitä, että modien käyttö riippui paljolti siitä, miten monia kiinnostavia modeja oli ilmestynyt kunakin ajanjaksona. Täten vastaajat usein totesivat käyttöasteen vaihtelevan paljolti laadukkaiden modien tarjonnasta riippuen, ei heidän omista mieltymyksistään:

*”Aina kun joku kiinnostavan näköinen modi ilmestyy, etenkin jos se korjaa jonkun alkuperäisen pelin epäkohdista”*

*”...riippuu mitä pelejä on tullut lähiaikoina kunnan modityökaluilla (esim. Oblivion ja Fallout 3)”*

Tämän seikan pariin palataan myös seuraavassa osiossa, jossa käsitellään tarkemmin käyttäjännovaatioiden ja modien ominaisuuksia. Tämä kiinnostava löydös kuitenkin osoittaa, että peliharrastajat etsivät uusia kokemuksia aktiivisesti, eivätkä jää vain vanhojen pelien hyväksi havaittujen pelien ääreen. Tämän väitteen Koster (2005) esitti kirjassaan puhuessaan pelaamisen syistä ja dynamiikasta, ja tämä empiirinen löydös näyttäisi tukevan hänen väitteitään varsin hyvin. Itse näkisin myös, että tämä löydös osoittaa, että Baldwinin, Hienerthin & von Hippelin (2006) idea käyttäjäjyhteisön saavuttamasta teoreettisesta

maksimihyödyistä ei sinänsä päde kovin hyvin pelialalle. Vastauksien perusteella laadukkaimpienkin käyttäjänovaatioiden rinnalle nousee aina uusia yrittäjiä, jotka tarjoavat erilaisia ja uusia kokemuksia pelaajille.

Kartoitin kyselyssäni myös sitä, minkä eri peligenren käyttäjänovaatioita vastaajat käyttivät. Vastaukset olivat monipuolisuudessaan hyvin kiinnostavia. Seuraavaksi pelaajien vastaukset:

Minkä peligenren modeja/patcheja käytät eniten?	Lukumäärä	Prosentuaalinen osuus		Lukumäärä	Prosentuaalinen osuus
Ajopelit:	7	6,80 %	Seikkailupelit:	1	0,97 %
FPS / Räiskintäpelit:	30	29,12 %	Urheilupelit:	2	1,94 %
Roolipelit:	35	33,98 %	Ei käytä modeja:	0	0 %
Strategiapelit:	20	19,42 %	Ei osaa sanoa:	3	2,91 %
Simulaattorit:	5	4,85 %	Yht:	97	100 %

Taulukko 2 (yli 68 vastausta selittyy, sillä että useat vastaajat listasivat useamman genren, joissa he modeja käyttivät)

Esille tulleet peligenret itsessään eivät sinänsä ole tärkeitä, mutta niiden monipuolisuus on kiinnostavaa. Jeppesenin (2004) kuvailemassa käyttäjänovaatioiden kehityksessä esille ovat nousseet esille pääosin yhden genren, räiskintäpelien, käyttäjänovaatiot (myös Cleveland, 2001). Prügl & Schreier (2006) puolestaan ovat artikkelissaan kuvanneet Sims-pelin käyttäjänovaatioita ja niiden tekijöitä. Yleisesti ottaen voidaan sanoa, kuten aiemmin mainitsin työni historiaosuudessa, että peliteollisuuden käyttäjänovaatioiden, etenkin modien, juuret ovat juuri ammuskelupeleissä. Tämä kyselyn vastaajat kuitenkin osoittavat, että käyttäjänovaatiot ovat 2000-luvulla levinneet pelialalla huomattavasti suuremmalle alalle kuin vain FPS (First Person Shooter) / ammuskelupeleihin. Vastausten perusteella käyttäjänovaatioilla on vaikutusta yhä suuremmassa osassa koko pelikenttää.

Modien historia näkyy edelleen räiskintäpelien käyttäjänovaatioiden vahvana suosiona, mutta kiinnostavaa on myös roolipelien käyttäjänovaatioiden saama vahva kannatus. Eräinä selityksinä voivat olla roolipelien pelimekaniikan laajuus ja monipuolisuus, jolloin käyttäjillä on runsaasti suunnittelutilaa (design space) tehdä omia innovaatioitaan (mm. Katz & von Hippel (2002); Baldwin, Hiernerth & von Hippel (2006)), jossa he voivat luoda omia ratkaisuitaan ja innovaatioitaan peleihin. Toinen Hyvärisen (2009) esille tuoma selitys on

hieman raadollisempi. Hänen mukaansa usein hyvin laajoissa ja kunnianhimoisissa peleissä laatu ei kaikin osin ole täydellistä ja lopputuotteeseen saattaa jäädä useita vikoja, joita pelaajat joutuvat itse korjaamaan. Tämä onkin eräs kiinnostava seikka, johon tulemme palaamaan seuraavassa osiossa, kun keskustelemme siitä miksi pelaajat käyttävät modeja.

Pelien käyttäjänovaatiotutkimuksen keskittyminen pääosin suosittuun Counter-Strike – modiin, joka kieltämättä on onnistuneimpia käyttäjänovaatiota peliteollisuudessa, antaa aivan liian kapean kuvan siitä, mitä kaikkea peliteollisuuden käyttäjänovaatioihin oikein liittyy. Tämän kyselyn tulokset antavat jo hiukan osviittaa siitä, miten tilanne on kehittynyt huomattavasti 2000-luvun alun tilanteesta.

Näyttäisi siis vahvasti, että modit vetoavat hyvin suureen joukkoon aktiivisempia peliharrastajia, jotka myös käyttävät modeja varsin aktiivisesti peleissään. Näin voidaan sanoa, että modit totisesti antavat lisäarvoa pelaajille, mutta minkälaista tämä lisäarvo oikein on. Siihen tulemme tutustumaan seuraavassa luvussa.

## 6.2 Käyttäjien asenteet käyttäjänovaatioita kohtaan

Tässä osuudessa paneudumme tarkemmin käyttäjänovaatioiden ominaisuuksiin, jotka vastaajat niissä näkivät tärkeiksi, ja lisäksi siihen miten käyttäjänovaatiot vaikuttavat pelaajien pelikokemuksiin. Lisäksi kartoitan käyttäjien ajatuksia käyttäjänovaatioiden varsinaisesta innovatiivisuudesta sekä innovaatioiden merkityksestä pelikokemukselle. Tämän lisäksi kyselyssä myös puidaan käyttäjänovaatioiden saatavuutta ja helppokäyttöisyyttä (kts. Liite 1).

Lienee helpointa aloittaa modien innovatiivisuudesta. Yleisesti nähdään, että korkean taitotason työkalut (high-end user toolkits) tarjoavat mahdollisuuden suurempaan innovatiivisuuteen ja avarampaan suunnittelutilaan (mm. Prügl & Schreier (2006) ja Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004)). Modit luodaan tämänkaltaisilla työkaluilla, joten voimme päätellä niiden olevan kykeneviä tuottamaan innovatiivista sisältöä peleihin.

Vastausten perusteella myös käyttäjät katsoivat modien olevan varsin innovatiivisia. 60% vastaajista katsoi modien olevan yleisesti ottaen innovatiivisia ja sisältävän uusia ratkaisuita.

Ovatko modit (ja patchit) mielestäsi innovatiivisia?	Kyllä	Ei	En osaa sanoa	yht.
Lukumäärä	41	13	14	68
Prosentuaalinen osuus	60,29 %	19,12 %	20,59 %	100 %

Taulukko 3

Myös yleinen suhtautuminen modien tuomaan uutuusarvoon ja niiden tuomiin keksintöihin oli varsin valoisa. Yleistä suhtautumista kuitenkin leimasi myös yleinen pragmaattisuus, jossa tunnistettiin myös ilmiön varjopuolia. Esimerkkeinä on seuraavaksi muutamia kommentteja käyttäjiltä pelimaailman käyttäjännovaatioiden innovatiivisuudesta:

*”Toisinaan näkee todella nerokkaita modeja, mutta toisaalta suuri osa on myös mitäänsanomatonta turhuutta. Parhaimmillaan modi kiertää ovelasti pelimoottorin rajoituksia avaten uusia mahdollisuuksia”*

*”Tuhat ihmistä pystyy keksimään villimpiä ideoita kuin 10. Lisäksi modaajia ei sido myyntiodotukset ja markkinoiden koko. Voidaan kokeilla rajoja rikkovia asioita”*

*”Usein eivät, mutta joitain harvinaisuuksia löytyy. Uusia ideoita käyttää pelimoottoreita, ja erilaisia tehtävyytyyppejä. RPG-pelien modeista löytyy innovatiivisia juonia ja tehtäviä.”*

Yleinen peruste innovatiivisuudelle on, että käyttäjännovaatiot avaavat alkuperäisen pelin täyden potentiaalin ja mahdollisuudet, jota pelinkehittäjät eivät syystä tai toisesta pystyneet tai halunneet pelissä hyödyntää. Toinen yleinen peruste on, että modien kehittäjät pystyivät ideoimaan täysin vapaasti omia tuotoksiaan, ilman kaupallisia tai aikataulullisia rajoitteita. Vastaajat totesivat käyttäjännovaattoreiden pääsevän ajoittain hyvinkin huimiin ja erilaisiin lopputuloksiin. Tämä tukee väitettä, että käyttäjännovaattorit usein hyvin monipuolisesti osaavat käyttää tuottajien avaamaa suunnittelutilaa (design space) (Katz & von Hippel, 2002).

Negatiivisella puolella vastaajat kuitenkin totesivat näiden huimien ideoiden olevan varsin harvinaisia. Tämä selittääkin suurehkon osuuden ihmisistä, jotka eivät osanneet sanoa ratkaisevasti mitään pelien käyttäjännovaatioiden innovatiivisuudesta. Osa tuotoksista oli vastaajien mielestä huikeita ja täysin erilaisia emopelistään, mutta suurin tuotoksista oli turhia kopioita ja heikkolaatuisia yritelmiä. Useimmat vastaajat kuitenkin huomioivat mieluummin



käyttäjänovaatioiden tarjoamat mahdollisuudet kuin niiden olemassa olevat heikkoudet, kuten taulukosta 3 käy ilmi. Täten käyttäjien näkemys modeista eroaa varsin paljon mm. Westin & Gallagherin (2006) esittämästä näkemyksestä, että modit tarjoavat ”vain” lisäsisältöä peliin. Lisäsisältö on vain yksi hyöty, jonka vastaajat näkivät käyttäjäsällön tuovan peleihin.

Seuraavaksi tarkastelemmekin, että mitä hyötyjä ja haittoja vastaajat näkivät käyttäjänovaatioissa. Kyselyn tulokset maalaavat erittäin monipuolisen kuvan siitä, mitä käyttäjät oikein modien avulla peleihinsä etsivät.

Kiinnostavasti pelaajat näkivät modien hyvien puolien liittyvän pääasiassa käyttäjänovaatioiden lopputuotoksiin, kun taas huonojen puolien nähtiin liittyvän sekä lopputuotoksiin että tuotantoprosessiin. Kaiken kaikkiaan, vastaajat toivat esille modit esille huomattavasti enemmän positiivisessa valossa kuin negatiivisessa.

Kyselyssä nousi selvästi esiin muutamia käyttäjänovaatioiden ominaisuuksia, joita käyttäjät selvästi eniten arvostivat. Eräs yleisimmistä oli Westin & Gallagherin (2006) mainitsema lisäsisältö peleihin. Vastauksista kuitenkin pystyi havaitsemaan, että vastaajat painottivat huomattavasti enemmän sisältöä, joka toi aidosti uusia elementtejä ja ratkaisuita peliin. Toisin sanoen, yksinkertainen pelin jatkaminen samankaltaisella sisällöllä ei pelaajia kyselyn perusteella järin paljon kiinnostanut. Käyttäjien luoman sisällön innovatiivisuus on siis merkitsevä osatekijä myös pelaajille itselleen.

Tätä kantaa vahvisti myös toinen vastaajien voimakkaasti esille tuoma teema siitä, miten modit pystyvät parhaimmillaan tarjoamaan uudenlaisia pelikokemuksia pelaajille.

*”Modit ovat hyviä (silloin kun ne ovat hyviä modeja). Niillä pystyy muokkaamaan peliä paljon ja luotua parhaimmillaan jotain todella ainutlaatuista”*

Tämä vastaus kuvaa erinomaisesti sitä, miten suuri vaikutus käyttäjänovaatioilla voi olla parhaimmillaan. Pelikokemuksen muuttaminen erilaiseksi modien avulla onkin vastaajien mukaan eräs käyttäjänovaatioiden päätavoitteista. Tämä onkin varsin vahva kannustin pelaajille hankkia ja käyttää modeja, sillä ne loppujen lopuksi ovat ilmaisia ja useimmiten julkisessa levityksessä. Tätä innovatiivisuuden ja erilaistamisen teemaa tukevat myös

kyselyssä esille nousseet pienemmät teemat. Jotkut vastaajat totesivat modeissa esiintyvän aivan uudenlaisia, omaperäisiä ja innovatiivisia ideoita, joita heidän mukaansa kaupallisissa peleissä tuskin olisi mahdollista nähdä. Toinen innovatiivisuutta ja sen merkitystä tukeva kyselyssä esiinnoussut teema oli korostaa, sitä miten käyttäjännovaattoreille ei ole rajoituksia tuotostensa suhteen.

*”Paljon vapaampi kenttä ottaa riskejä, sillä usein mitään rahallista panosta ei ole.”*

*”...toisaalta se, ettei modintekijöitä rajoita samat asiat kuin alkuperäistä julkaisijaa”*

Tämän tematiikan mukaan modit kykenevät luomaan kokonaan uuden ja emopelistään erillisen pelikokemuksen, jolloin voidaan puhua todellisista jopa aiemman mainitsemistani radikaaleista käyttäjännovaatioista. Tällöin on kuitenkin myös huomattava, että kyseiset käyttäjännovaatiot ovat kaikista työläimpiä luoda. Kyseessä on useimmiten pelituotteen totaaliset muunnokset (total conversion) (kts. Arakji & Lang, 2007), jotka muuttuvat emopelin kaikkia osa-alueita graafisesta toteutuksesta pelimekaniikkaan. Voimme hyvin argumentoida, että tämänkaltaiset käyttäjännovaatiot, jotka tyystin luovat emotuotteensa pohjalta kokonaan uuden pelin, ovat lähtöisin juuri huippukäyttäjiltä. He osaavat keksiä tutuille tuotteille, tässä tapauksessa pelialustalle, aivan uudenlaisia käyttötarkoituksia (Franke, von Hippel & Schreier (2006)).

Innovatiivisuus ja uutuusarvo olivat eräs yleisimmistä teemoista saamieni vastauksien joukossa, mutta ei suinkaan ainoa. Toinen suurempi teema liittyi emopelin havaittuun laatuun ja omiin tarpeisiin. Tähän teemaan liittyvät vastaukset eivät usein erottaneet käyttäjännovaatioita omaksi kokonaisuudekseen, vaan liittivät ne parantaviksi ominaisuuksiksi itse emopeliin. Tässäkin tapauksessa oli nähtävissä useita seikkoja, joihin vastaajat erityisesti kiinnittivät huomionsa. Useiden vastaajien mielestä modit selvästi paransivat emopelin laatua, eli alkuperäinen peli itsessään hyötyi käyttäjännovaatioiden implementoinnista. Myös muita tätä näkemystä tukevia teemoja löytyi myös vastauksista. Useimmiten pelin nähtiin hyötyvän modeista lisäämällä pelin uudelleenpeluuarvoa, muuntamalla peliä enemmän omiin mieltymyksiin sopivaksi tai lisäämällä pelin sisäistä variaatiota. Luonnollisesti myös yllä mainitsemani käyttäjännovaatioiden luoma lisäsisältö on myös olennainen osa tätä havaittua laadun kohentumista.

*”Hyvänä puolena niillä saa huonostakin pelistä tehtyä todella hienon pelikokemuksen (esim. Oblivion)”*

Tämän kaltaiset kannanotot olivat varsin yleisiä kyselyssä. Kiinnostavasti yleiseen emopelin laadunparannuksiin liittyvien seikkojen lisäksi esille nousi myös käyttäjännovaatioiden merkitys pelinkehittäjien pelituotteeseen jättämien virheiden korjaajina. Tätä aspektia vastaajat itse asiassa pitivät lähes tärkeimpänä ja yleisimpänä hyötynä, jota kokivat saavansa käyttäjännovaatioista.

*”Modit ja patchit balansoivat ja järkeistävät peliä ja korjaavat tekijöiden omia aivopieruja”*

*”Parhaimmillaan ne tekevät pelikelvottomasta pelistä pelattavan (Oblivion ja erinäiset pelimekaniikan korjaukset)”*

Käyttäjät pystyvät siis omilla ratkaisuillaan myös korjaamaan alkuperäistä peliä, eivät ainoastaan lisäämään siihen ominaisuuksia tai vain muuttamaan sitä. Tämä osoittaa hyvin miten kokonaisvaltainen vaikutus modeilla voi parhaimmillaan olla pelituotteeseen. Ne ovat kykeneviä muuttamaan peliä liki kaikilta osin, useimmiten vastaajien mielestä pääasiassa parempaan suuntaan.

*”Modit voivat parantaa keskinkertaiset pelit loistaviksi ja loistavat täydellisiksi”*

Logiikka useiden vastausten takana, ja ajoittain jopa esille tuotuna, on se että käyttäjännovaatiot eivät vain lisää erillisiä ominaisuuksia peliin, vaan ne nostavat usein kokonaisvaltaisesti alkuperäisen pelin laatutasoa. Muun muassa Prüglin & Schreierin (2006) sekä Jeppesenin & Molinin (2003) artikkeleissa käyttäjännovaatioiden ominaisuudet on tuotu esille pääasiassa erillisinä ominaisuuksina, jotka asennetaan ikään kuin pelin päälle lisäsubstanssiksi. Itse näkisin kuitenkin, että tämä kysely antaa osviittaa siitä, että käyttäjännovaatioilla on parhaimmillaan suurempikin merkitys pelaajille ja pelituotteille. Täytyy kuitenkin muistaa, että kyselyssäni kysyin juuri teknisesti vaativampien ja monipuolisempien modien merkityksistä, joten emme voi suoralta kädeltä lähteä soveltamaan näitä tuloksia kaikkeen käyttäjäsältöön. Esimerkiksi uskoisin, että yksinkertaisemmista kenttäeditoreista ja muista alhaisen tason käyttäjätyökaluista (low-end user toolkits) kysyttäessä käyttäjien mielipiteet eivät olisi läheskään näin valoisat niiden hyötyjen suhteen.

Kysyttäessä käyttäjänovaatioiden vaikutuksesta pelikokemukseen nähdään, että edellä mainituilla seikoilla todella on harrastajien mielestä varsin paljon vaikutusta itse harrastuksesta saatuun nautintoon.

Voivatko modit merkittävästi parantaa alkuperäistä peliä tai voiko modi olla merkittävästi parempi kuin alkuperäinen peli?	Kyllä	Ei	En osaa sanoa	yht.
Lukumäärä	60	3	5	68
Prosentuaalinen osuus	88,24 %	4,41 %	7,35 %	100 %

Taulukko 4

Nämä vaikuttavat prosentit ovat hyvä osoitus siitä, että ainakin peliharrastajat todella pitävät modeja merkittävänä seikkana pelikokemukselleen. Asiaan liittyen olen tehnyt mielenkiintoisen havainnon verkon peliaiheisilta keskustelufoorumeilta. Usein pelisarjat, joita on pystytty aikaisemmin modaamaan ja mihin käyttäjät tehneet onnistuneita käyttäjänovaatioita, saavat usein huomattavasti myönteisemmän vastaanoton jatko-osilleen juuri potentiaalisten käyttäjänovaatioiden vuoksi. Tämän kaltainen ”messias” – efekti on mielenkiintoinen, sillä usein sen ansiosta emopeli saa käyttäjien silmissä monet virheensä anteeksi, koska käyttäjät odottavat modintekijöiden korjaavan virheet ja tekevän pelin ”sellaiseksi kuin sen kuuluukin olla”. Esimerkkejä tästä vaikutuksesta löytyy esimerkiksi Total War –strategiapelisarjasta (Creative Assembly, 2000-2009) sekä Elder Scrolls –roolipelisarjasta (Bethesda Softworks, 1994-2007).

Vaikka harrastajat selvästi suhtautuivat kyselyn perusteella myönteisesti käyttäjänovaatioihin ja totesivat niiden myös vaikuttavan heidän pelikokemuksensa, niin he myös selvästi havaitsivat ilmiössä omat puutteensa. Nämä heikkoudet jakautuivat kahteen kategoriaan: 1. Käyttäjänovaatioiden heikkouksiin 2. Käyttäjänovaatioiden tuottamisprosessin heikkouksiin.

Käyttäjänovaatioiden itsensä heikkouksista yleisimmin mainittu oli juuri heikkolaatuisten modien suuri määrä:

*”Huonona puolena lukemattomat laadultaan ala-arvoiset modit”*

*”Huonoja puolia on, että mitä helpompi peliä on modata, sitä enemmän turhaa ja hutaisten tehtyä roskaa sille ilmestyy”*

Vastauksissa modien ongelmat usein tiivistyivät huonolaatuiseen sisältöön, teknisiin ongelmiin ja yhteensopimattomuuteen muiden modien kanssa. Pahimmillaan nämä heikkolaatuiset modit saattoivat vastaajien mukaan tehdä koko pelin toimintakelvottomaksi. Useat vastaajista kertoivat heikkolaatuisten modien olevan pikemminkin sääntö kuin poikkeus.

Tämä saattaisi ensin alkuun vaikuttaa hyvin ristiriitaiselta tilanteelta verrattuna yllä oleviin verrattuna, joissa vastaajat kehuvat modien innovatiivisuutta ja vaikutusta peleihin. Tämän problematiikan kautta pääsemmekin toiseen käyttäjännovaatioiden heikkouksien lähteeseen, käyttäjännovaatioiden tuottamisprosesseihin.

Eräs esille tuoduista huonoista puolista onkin laadukkaiden käyttäjännovaatioiden seulominen laaduttomista. Tätä harrastajat eivät kylläkään näyttäneet pitävän järin suurena ongelmana, sillä he totesivat kysyttäessä että laadukkaat modit löytyvät netistä varsin helposti:

Onko laadukkaita modeja helppo löytää ja käyttää?	Kyllä	Ei	En osaa sanoa	yht.
Lukumäärä	50	2	16	68
Prosentuaalinen osuus	73,53 %	2,94 %	23,53 %	100 %

Taulukko 5

Modien hyvän saatavuuden useimmiten takaa niiden täysin vapaa saatavuus, kun ne kerran on julkaistu, aivan vastaavasti kuin esimerkiksi Open Source –projekteissa (mm. Arakji & Lang (2007), Jeppesen (2004) ja von Hippel (2007)). Myös vastaajien kommentteissa kuvastuu se, että laadukkaiden käyttäjännovaatioiden löytäminen ei useimmiten ole liian haastavaa.

*”...mutta onneksi on helppo löytää ne timantit roskan seasta.”*

*”Modeja on pääasiassa aika helppo löytää. Jos jollain pelillä on vankka fanipohja ja sitä kautta modeja löytyy, pääsee niihin yleensä käsiksi suurimmilta fanisivustoilta, jotka löytyvät googlolla tai muiden sivustojen kautta”*

*”Internetissä sana leviää nopeasti uutissivustojen ja pelaajayhteisöjen kesken. Suosituimmille peleille tehdään yleensä fanien toimesta oma modisivusto.”*

Useat vastaajat kuitenkin vastasivat varauksella, sillä löytämisen ja käytettävyyden helppous saattoi vaihdella hyvinkin suuresti. Vastaajien mukaan usein käyttäjyhteisöjen hyvä organisointi, laadukkaat pelien modeille omistetut sivustot ja modin yleinen näkyvyys pelimediassa ja verkossa helpottivat laadukkaiden modien löytämistä. Ilman näitä seikkoja hyvien modien löytäminen oli useiden vastaajien mielestä ajoittain hankalaa

*”Riippuu täysin pelistä. Esim. Total War ja Civ -sarjoilla on selkeät modaaajien keskustelut ja modit löytyvät helposti, mutta toisia joutuu googlaamaan ja lopputulos jää silti laihaksi”*

*”Kiinnostavimmat modit löytyvät vain jos joku niistä mainitsee, en itse lähde yleensä etsimään tai kokeilemaan modeja vaan otan niitä vain suositusten perusteella”*

Miten löydät kiinnostavimmat modit?	Lukumäärä	Prosentuaalinen osuus
Lehdistö:	8	8,79 %
Nettifoorumit / Käyttäjyhteisöt:	56	61,54 %
Hakukoneilla / selaamalla nettiä:	20	21,98 %
Kavereiden kautta	7	7,69 %
Yht.	91	100,00 %

Taulukko 6 (Useat vastaajat löysivät käyttäjänvaatioita monen eri kanavan kautta)

Taulukko 6 kertoo varsin hyvin, miten tärkeitä erilaiset yhteisöt ovat käyttäjänvaatioista viestimisessä ja niiden levittämisessä. Useimmat vastaajat totesivat saavansa tietoa laadukkaista modeista juuri erilaisista yhteisöistä, aina yleisistä peliaiheisista sivustoista modaamiseen keskittyneisiin käyttäjyhteisöihin. Erilaiset harrastaja- ja käyttäjäverkostot ovat täten erittäin tärkeä osa käyttäjänvaatioiden levitystä.

Muita mainittuja heikkouksia modien tuotantoprosessissa olivat niiden useimmiten varsin heikko laadunvalvonta sekä epävarma ja hidas tuotantotahti. Useimmiten laadunvalvonta

käyttäjännovaatioiden kohdalla on luonnollisesti kiinni ainoastaan itse käyttäjännovaattoreista. Itse näkisin, että tämä seikka tukee varsin hyvin Lakhanin & von Hippelin (2003) sekä Fitzgeraldin (2004) kommentteja siitä, että useimmiten käyttäjät itse luodessaan ohjelmistoja Open Source -projekteissa keskittyvät useimmiten ”hohdokkaisiin” toimiin, kuten suunnitteluun ja koodaamiseen. Usein vähemmän hohdokkaat, mutta tärkeät toimet jäävät helposti lapsipuolen asemaan. Näitä ovat muun muassa dokumentointi ja yllämainittu laadunvalvonta.

Tuotantotahdin epävakaisuus ja projektien peruuntuminen on myös käyttäjistä eräs yleisimmistä käyttäjännovaatioiden heikkouksista. Tämä aiheuttaa luonnollisesti sen, että useat lupaavista projekteista eivät ikinä valmistu. Tämä on varsin luonnollista, koska kyseessä on pääasiassa harrastustoiminta. Baldwinin, Hienerthin & von Hippelin (2006) esittämän teorian perusteella voisi tehdä oletuksen, että tällöin käyttäjännovaatioprojektin kustannukset ovat muuttuneet liian suuriksi. Esimerkiksi projektiin osallistuneille ihmisille tulee yhtäkkiä jotain muuta kiireellistä tekemistä, jolloin heidän aikakustannuksensa nousisi sietämättömän korkeaksi, jos he jatkaisivat samaan aikaan harrastusprojektiaan (Soares, 2009). Toisenlaisena esimerkkinä kustannuksista voidaan käyttää vastaajienkin mainitsemia liian kunnianhimoisia projekteja, joissa käyttäjännovaattorit ottavat itselleen liian suuren ja vaikean projektin työn alle. Tällöin he saattavat huomata, että heidän täytyy ponnistella aivan liikaa saadakseen aikaiseksi haluamaansa jälkeä. Myös rahan itsessään voi kuvitella tulevan kustannustekijäksi, etenkin suuremmissa totaalisissa muunnoksissa (total conversions), joissa voidaan tarvita hyviä työkaluja esimerkiksi pelin audiovisuaalisen ilmeen muuttamiseksi.

Tähän kaikkeen voidaan vielä lisätä havaittu trendi, että Open Source –projekteissa tekijät vaihtuvat varsin usein (Shah, s.1010 (2006)), jonka voi hyvin myös ulottaa koskemaan pelien käyttäjännovaatioita Soaresin (2009) kommenttien kautta, joissa hän totesi käyttäjännovaatiotiimeissä tapahtuvan jäsenten vaihdoksia varsin tiuhaan.

Viimeisenä kiinnostavana seikkana useat vastaajat toivat esille heikkoutena modien luoman epäoikeudenmukaisuuden pelaajien välille. Heidän mukaansa modeilla pystytään saamaan etulyöntiasema muihin pelaajiin nähden tai helpottamaan peliä aivan liikaa, mikä ei vastaajien mielestä ollut yleisesti suotavaa. Varsinkin moninpeleissä, joissa ihmiset pelaavat toisiaan vastaan, epäoikeudenmukaisuus nähtiin hyvin epämieluisana ominaisuutena käyttäjännovaatiossa.

Yhteenvedona voimme siis tämän osion lopuksi todeta, että kaiken kaikkiaan peliharrastajat ovat varsin tyytyväisiä käyttäjännovaatioihin ja toivovat niitä peleihin. Erityisesti käyttäjät arvostivat innovatiivisuutta, uutta sisältöä ja ominaisuuksia sekä niiden korjaavaa vaikutusta emopeliin. Haittapuolina olivat juuri käyttäjännovaatioiden epävarma tuotantoprosessi, yhteensopivuus sekä muut mahdolliset tekniset seikat, joista saattoi koitua haittaa pelille ja sen toimivuudelle.

### 6.3 Käyttäjien osallistuminen käyttäjännovaatioiden luontiin

Tässä luvussa tulen käsittelemään vastaajien kokemuksia käyttäjännovaatioihin osallistumisesta. Tämä ei käsitä ainoastaan osallistumista käyttäjännovaatioiden luontiin, vaan myös käyttäjännovaatioista käytäviin keskusteluihin ja käyttäjäyhteisöjen toimintaan. Pyrin myös kyselyssäni hieman kartoittamaan, miten helposti lähestyttäväksi käyttäjät kokivat käyttäjännovaatioiden luonnin sekä näkivätkö parempia vaihtoehtoja omien ideoidensa ja luovuutensa esilletuonnille kuin modauksen.

Oletko osallistunut tai harkinnut osallistuvasi jonkin modin/patchin tekemiseen?	Kyllä, olen osallistunut	Kyllä, olen harkinnut	Ei, en ole	yht.
Lukumäärä	28	9	31	68
Prosentuaalinen osuus	41,18 %	13,24 %	45,59 %	100 %

Taulukko 7

Taulukosta 7 käy ilmi, että varsin suuri osa vastaajista oli tavalla tai toisella osallistunut uusien modejen luontiin. Jos vertaamme tätä Prüglin & Schreierin (2006) tutkimukseen Sims-pelin käyttäjännovaatioista, huomaamme että tässä kyselyssä havaittu osallistumisaste on huomattavasti korkeampi kuin heidän havaitsemansa, joka oli maksimissaan 25%. Tämä ero voi johtua siitä, että oman työni kyselyssä painotettiin kaikentyyppistä osallistumista, joka oli pääosin vastaajan itse määriteltävissä, kun taas Schreier & Prügl tarkastelivat luotujen tiedostojen määrää ja valmistuneita käyttäjännovaatioita. Toinen selittävä tekijä saattaa olla myös käyttäjät itse. Omassa työssäni vastaajat, kuten ensimmäisestä osiosta käy ilmi, ovat varsin aktiivisia peliharrastajia. Sims on usein mielletty suuren yleisön peliksi, jota pelaavat etenkin ihmiset, jotka eivät muuten peleistä kovin kiinnostuneita olisi. Olettaisin, että



tarkemmin raamituksilla ja tiukemmilla kriteereillä osallistumisprosentti olisi jonkin verran alempi.

Kyselyni tarkoituksena ei ollut niinkään selvittää prosesseja ja tuotoksia, vaan enemmänkin käyttäjännovaatioihin liittyviä asenteita. Tuloksista käy hyvin ilmi, että pelaajat varsin mielellään osallistuvat pelien muokkaamiseen ja käyttäjännovaatioiden luomiseen, jos heillä on siihen kyvyt ja mahdollisuus. Kommenteissa esille tulleet seikat näyttävät kuitenkin, että suurin osa tuotoksista on varsin pienimuotoisia ja pääasiassa käyttäjää itseään ilahduttavia (kuten mainitsevat mm. Gallagher & West (2006) ja Arakji & Lang (2007)).

*”Ajanpuutteen vuoksi omat modaustaidot riittävät lähinnä jo olemassa olevien objektien ominaisuuksien muokkaamiseen. Näitä ei yleensä viitsi laittaa jakoon, koska jokainen voi halutessaan tehdä helposti samat muutokset.”*

*”Olen ollut osallisena yhdessä isommassa modissa jonka tekemiseen ja päivittämiseen meni vuosia. Lisäksi olen leikkinyt lukemattomia kertoja eri pelien asetuksilla, mutta en ole niitä lähtenyt levittämään muille.”*

*”Jos peliin saa helpot modaustyökälyt, teen toisinaan itekin jotain pikkumodeja. Vain omaan käyttööni, tiimiprojekteihin en ole osallistunut.”*

Hyvin kiinnostavaa oli kuitenkin nähdä, että osallistumismuodot ja roolit modien luonnissa ovat varsin monipuoliset. Halutessaan käyttäjä voi osallistua erittäin monella tavalla käyttäjännovaatioiden luontiin ilman, että varsinaisia huippuluokan teknisiä edellytyksiä vaadittaisiin. Tässä muutamia vastauksia siihen, miten eri vastaajat ovat modiprojekteihin osallistuneet:

*”Yhteen modiin olen osallistunut ääninäyttelijänä. En ole ajatellut muuten osallistua, sillä modien teko vaatii aika paljon tietämystä ja eri ohjelmien käyttöä. Annetaan nörttien hoitaa koodaus.”*

*”...Olen myös toiminut testaajana, auttanut lähdemateriaalin hakemisessa ja omatoimisesti yrittänyt värvätä lisää väkeä ja tiedottaa modien olemassa olemassa olosta...”*

*”Osallistun tällä hetkellä kolmen modin tekemiseen. Yhtä väsään itse, kahdessa muussa toimin lähinnä suunnittelijana, kentäntekijänä jne.”*

Näistä tuloksista voimme nähdä, että pelaajilla on intoa osallistua käyttäjännovaatioiden luomiseen. Varsin harva vastaaja kuitenkin totesi osallistuneensa suuremman luokan käyttäjännovaatioiden luontiin, jotka ovat epäilemättä kustannuksiltaan (aika, vaiva ja raha) (Baldwin, Hienert & von Hippel (2006)) huomattavasti kalliimpia luoda.

Voidaan siis nähdä, että harrastajat osallistuvat varsin usein käyttäjännovaatioiden luontiin, varsinkin pienemmässä mittakaavassa. Jatkokysymyksenä seuraavaksi kysymmekin, että onko pelaajien helppo alkaa luomaan modeja ja onko modausta helppo lähestyä. Tästä saimme varsin kiinnostavia vastauksia, sillä modaaminenhan on usein hyvin lähellä artikkeleissa mainittuja korkean taitotason käyttäjätökalujen käyttöä (mm. Prügl & Schreier (2006); Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004)). Vastaukset kuvaavat hyvin Pillerin et al. (2004, s.3) mainitsemia ylimääräisiä transaktiokustannuksia (additional transactional costs), jotka estävät tai hankaloittavat käyttäjää ryhtymästä käyttäjännovaattoriksi.

Katsotko uusien modien ja patchien luomisen olevan helppoa ja helposti lähestyttävää?	Kyllä	Ei	En osaa sanoa	yht.
Lukumäärä	11	30	27	68
Prosentuaalinen osuus	16,18 %	44,12 %	39,71 %	100,00 %

Taulukko 8

Kiinnostavasti, vaikka yli 40% vastaajista oli tavalla tai toisella osallistunut käyttäjännovaatioiden tekemiseen (kts. Taulukko 7), ainoastaan reilut 15% katsoi modien luonnin helposti lähestyttäväksi. Vaikka ihmiset osallistuvat varsin aktiivisesti käyttäjännovaatioiden luontiin, he eivät kuitenkaan koe niiden luontia kovinkaan helpoksi tai helposti lähestyttäväksi. Suuri osa vastauksista meni En osaa sanoa –kategoriaan juuri sen vuoksi, että useat vastaajat olivat sitä mieltä, että lähestyttävyyys riippui hyvin paljon tilanne- ja työkalukohtaisista tekijöistä.

Syyt vaikeaan lähestyttävyyteen jakautuivat hyvin pitkälti kahteen toisiaan sivuavaan kategoriaan. Ensimmäinen syy, miksi useat vastaajat katsoivat modaamisen olevan varsin hankalaa, oli että he katsoivat taitojensa olevan liian vaatimattomat modien luomiseen. Tämän

toteamuksen tekevät myös Prügl & Schreier (2006) omassa artikkelissaan, sillä korkean taitotason työkalut vaativat heidän mukaansa käyttäjiltään paljon enemmän. Toisaalta kuten itse aiemmassa luvussa innovaatiotyökaluista totesin (kuten myös Katz & von Hippel (2002) sekä Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004)) käyttäjien taidot eivät ole ainoa muuttuja tässä yhtälössä. Myös pelinkehittäjien työkalut voivat olla varsin vaikeakäyttöisiä ja epäselviä, jolloin lähestyttävyyttä kärsii niiden takia (Hyvärinen, 2009). Myös pelialustoilla on hyvin paljon eroja (Cleveland, 2001). Toinen suurin valituksen aihe käyttäjillä olivatkin juuri huonolaatuiset työkalut, joilla pelaajat eivät pysty työskentelemään helposti. Voidaan siis hyvinkin nähdä, että myös pelinkehittäjien panos on hyvin tärkeä, jotta käyttäjät innostuvat luomaan omaa sisältöään.

*”Riippuu pelistä. Joihinkin on valmiina erinomaiset työkalut (mm. NWN, NWN2 ja Oblivion) tai niitä on muuten helppo kehittää. Haasteena saada alkuperäiset pelikehittäjät tekemään työkalut valmiiksi.”*

*”Riippuu peleistä. Jotkut julkaisijat tuntuvat tahallaan rajoittavan modien luontia, toiset (kuten Valve) haluavat rohkaista modiskeneä ja antavat ilmaiseen käyttöön editoreita ja muuta”*

*”Taas täysin pelistä riippuen. Jos pelintekijä on antanut työkalut modien tekemiseen (NWN, Morrowind), luominen on oikeastaan naurettavan helppoa. Toisaalta jos kaikki pitäisi itse pätkäillä ja tehdä yritys-erehdys kaavan mukaan, en itse sitä jaksaisi hetkeäkään. Toisille matka on tärkeämpi kuin lopputulos, itse kuulun siihen vastakkaiseen ryhmään.”*

Yllä olevat kommentit antavat hyvin osviittaa siitä, miten tilanne- ja pelikohtaista lähestyttävyyys käyttäjäinnovaatioihin on. Tämä kuitenkin on hyvä seikka, sillä se tarkoittaa että tilanne on dynaaminen ja muutettavissa. Tämä todentaa varsin hyvin Franken & von Hippelin (2003) väitteen, että hyvien innovaatiotyökalujen luominen kannattaa, vaikka niiden luonti saattaa olla haastavaa. Tämän rahan ja vaivan panos on kuitenkin kertaluontoinen, ja se alentaa käyttäjäinnovaattoreiden tulevaisuuden luomispanostusten kustannuksia, lisäten heille hyötyä parempien käyttäjäinnovaatioiden muodossa. Myös käyttäjät, jotka eivät osaa luoda työkaluilla omia tuotoksiaan hyötyvät epäsuorasti, kun käyttäjäinnovaattorit jakavat heille tuotoksensa (Franke & von Hippel, 2003).

Muita ongelmakohtia, joita vastaajat toivat esille, olivat pelinkehittäjien negatiivinen suhtautuminen käyttäjännovaatioihin, mikä osin tukee huonojen työkalujen argumenttia. Muut esille tulleet seikat lähinnä liittyivät Baldwinin, Hienertthin & von Hippelin (2006) esille tuomiin ajallisiin ja vaivannäköön liittyviin kustannuksiin. Esimerkkeinä näistä ovat muun muassa, että käyttäjän aika ei riitä käyttäjännovaatioiden parissa työskentelyyn tai että riittävän laadukkaan sisällön tuottaminen on aivan liian työlästä.

Tämä ristiriita osallistumisen ja sen havaitun haastavuuden välillä onkin kiinnostava lisätutkimuksen aihe, ja varmasti seikka jossa pelinkehittäjien apu ja lisäpanostus käyttäjännovaatioiden suhteen olisi paikallaan.

Otamme sitten pienen askeleen taaksepäin ja tutkimme vastaajien yleistä osallistumista käyttäjä- ja harrastajayhteisöissä käytäviin keskusteluihin modeista ja käyttäjännovaatioista.

Oletko osallistunut modeja koskeviin keskusteluihin nettifoorumeilla tai keskustelupalstoilla?	Kyllä	Ei	En osaa sanoa	yht.
Lukumäärä	53	14	1	68
Prosentuaalinen osuus	77,94 %	20,59 %	1,47 %	100 %

Taulukko 9

Annoin jälleen kerran osallistujien itse määritellä, miten he ovat osallistuneet käyttäjännovaatioista käytäviin keskusteluihin. Lukujen perusteilla on kuitenkin selvää, että harrastajat totisesti jakavat tavalla ja toisella tietoa sekä kokemuksiaan käyttäjännovaatioista. Näyttäisi, että harrastajat ovat aidosti mukana käyttäjäyhteisöjen toiminnassa. En ottanut tiukkaa linjaa sen suhteen, mikä lasketaan aktiiviseksi ja mikä vähemmän aktiiviseksi osallistumiseksi keskustelujen suhteen. Tämä kuitenkin tukee erittäin hyvin Soven et al. (2007) näkemystä vaihtuvista rooleista käyttäjäyhteisöissä, joissa haetaan tietoa yhteisöstä sekä annetaan tietoa vastavuoroisesti yhteisölle. Tämä myös todistaa, että harrastajat ovat myös hyvin varsin laajalti verkostoituneita.

Useat vastaajien kommentteista liittyivät juuri siihen, miten he ovat kommentoineet tai mainostaneet parhaimpia käyttäjännovaatioita myös alkuperäisen käyttäjäyhteisön ulkopuolella, missä tuotos oli julkaistu. Itse näkisin, että tämä tukisi aiempaa väitettäni siitä, että pelikulttuuri on peliharrastajille yhteinen. Tiedon jakaminen ja leviäminen on tällöin

huomattavasti helpompaa ja nopeampaa, koska kaikilla harrastajilla on yhteinen konteksti ja ymmärrys harrastuksen puolesta. Monipuoliset ja erilaiset verkostot myös edesauttavat tätä leviämistä. Niitä on käyttäjännovaatioyhteisöistä peliyhtiöiden omien foorumeiden kautta pelilehdistöön. Erilaiset verkostot tavoittavat eri ihmisiä, jolloin myös laajasti verkostoituneet ihmiset voivat levittää uutisia käyttäjännovaatioista yhä suuremmalle yleisölle.

Vastaajat osallistuivat käyttäjännovaatioita koskeviin keskusteluihin vastausten perusteella varsin monipuolisesti. Harrastajat osallistuvat keskusteluihin antamalla ideoita uusiin käyttäjännovaatioihin, tekemällä toivomuksia niiden tekijälle ja suosittelemalla modeja muille harrastajille. Tämän lisäksi he auttavat muita pelaajia käyttäjännovaatioihin liittyvien ongelmien kanssa, pyytävät apua niihin liittyen ja antavat kiitosta hyvästä työstä.

*”Kyllä olen ja usein. Riippuu modista, sen kehitysasteesta ja aloitetun keskustelun aiheesta mutta yleensä sillä perus tavalla eli teen omia parannusehdotuksia, annan omia mielipiteitä modista tai sen ominaisuuksista ja kerron omista kokemuksistani.”*

*”Kyllä, harva se päivä osallistun ajosimufoorumeilla keskusteluihin tai kyselen itseäni askarruttavista kysymyksistä.”*

*”Olen osallistunut, ehdottaen parannuksia jotka minun mielestäni sopisivat peliin, kiittäen hyvästä työstä tai muuten vain keskustellen yleisesti pelistä.”*

Harrastajien osallistuminen käyttäjännovaatioista käytäviin keskusteluihin on siis hyvin yleistä, monipuolista ja laaja-alaista. Useat artikkelit, joista useimmat liittyvät Open Source –metodiin, eivät kuitenkaan yleensä aseta juurikaan painoa varsinaiselle sosiaaliselle käyttäytymiselle käyttäjäyhteisöissä, vaikka sen merkitys ja monipuolisuus on mielestäni varsin suuri. Tämä saattaa tietysti olla pelialan erityispiirre, mutta epäilen sitä vahvasti. Tulen käsittelemään sosiaalisia käytäntöjä lähemmin toisessa empiirisessä osuudessani.

Tämän osion lopuksi tarkastelemme vielä pikaisesti, mitä mieltä vastaajat olivat modeista ja modaamisesta osana peliteollisuuden käyttäjännovaatioiden repertuaaria.

Ovatko modit paras keino pelaajien omien luovien ideoiden esilletuomiseen?	Kyllä	Ei	En osaa sanoa	yht.
Lukumäärä	51	5	12	68
Prosentuaalinen osuus	75 %	7,35 %	17,65 %	100 %

Taulukko 10

Vastaukset näyttävät, että harrastajat asettavat suurimman uskonsa omista vaikutus- ja luomismahdollisuuksistaan juuri modeihin peliteollisuudessa.

Kommenteista käy kuitenkin ilmi, että vastaajat ovat myös tietoisia muista keinoista tuoda esiin omia ideoitaan, mutta näiden suhteen he ovat huomattavasti skeptisempiä.

*”Onhan se helppoa kun ei täydy koko peliä alusta asti lähteä tekemään. Toinen tapahan on tehdä peli alusta asti itse.”*

*”Modit ovat yksi hyvä keino niille, jotka ovat luovia ja kykeneviä koodaamaan ja suunnittelemaan modeja. Heille, joilta tämä kyky puuttuu, on olemassa mm. forumeita, joissa pelien kehittäjät voivat antaa ideoita pelin kehittämistä varten. Se, että otetaanko ideoita kuuleviin korviin, on toinen asia.”*

*”Useiden pelintekijöiden foorumit ovat tietysti täynnä ehdotuksia niin pelin kehityksen aikana kuin sen jälkeenkin, mutta minulla ei ole kokemusta siitä, kuinka paljon pelinkehittäjät sieltä asioita toteuttavat. Modit vaikuttavat tehokkaimmalta keinolta.”*

Useimmat vastaajat näkivät kokonaan oman pelin laatimisen hyvin työläänä prosessina. Mielipiteiden ja ideoiden kertominen pelirytysten keskustelupalstoilla näytti saavan varsin ristiriitaisen vastaanoton. Toisaalta pelaajat tunnistivat sen keinoksi tuoda esille ideoitaan, mutta olivat varsin epävarmoja sen suhteen, miten hyvin heitä kuunneltaisiin yrityksissä. Modit nähtiin yleisesti ottaen hyväksi kompromissiksi, sillä se antoi käyttäjille suuret mahdollisuudet omien ideoiden toteuttamiseen sekä alustan ja työkalut, joilla lähteä toteuttamaan niitä. Kiinnostavasti yksinkertaisempia editoreja ja muita helpompia työkaluja ei mainittu kuin yhdessä tai kahdessa vastauksessa. Voisiko olla, että käyttäjät eivät näe näitä alhaisen taitotason työkaluja (low-end user toolkits) varsinaisina käyttäjännovaatioiden lähteinä? Tällöin voidaan kiinnostavasti kysyä, että mitä funktiota yksinkertaisemmat editorit täyttävät. Ovatko ne olemassa pelkän samanlaisen lisäsisällön tuottamista varten?

Myöskään tieteellisissä artikkeleissa käyttäjänovaatioiden välittäminen viestinnän välityksellä ei ole saanut järkevää huomiota. Vain muutamissa lukemissani artikkeleissa asiaa on käsitelty (mm. Fuller, Bartl, Ernst & Mühlbacher (2006); Henfridsson & Holmström (2002)). Kiinnostavana ajatuksena voisi esittää, että peliyrietykset ja peliharrastajat katsovat hyvin pitkälti eri suuntiin. Harrastajat luovat katseensa enemmän omiin yhteisöihinsä ja pelinkehittäjät enemmänkin kohti peliteollisuutta ja muita kaupallisia sidosryhmiä. Tätä kiinnostavaa ajatusmallia tulen selittämään tarkemmin seuraavassa osiossa, jossa tulen tarkastelemaan lähemmin käyttäjänovaatioihin liittyviä käytäntöjä.

Pikaisena yhteenvetona kyselyn tästä osiosta voimme tehdä johtopäätöksen, että monet pelaajat ovat valmiita osallistumaan käyttäjänovaatioiden luontiin monin eri tavoin. On myös hyvin havaittavissa, että pelaajat myös erittäin innokkaasti keskustelevat ja levittävät tietoa käyttäjänovaatioista verkostojensa kautta. Vaikka intoa näyttäisi sinänsä löytyvän, useimmat pelaajat eivät kuitenkaan koe modaamista luomista yksinkertaiseksi, vaan omista taidoista ja annetuista työkaluista riippuen varsin haastavaksi prosessiksi. Tästä huolimatta useimmat vastaajat uskoivat modien olevan tällä hetkellä paras keino toteuttaa omia ideoitaan ja innovaatioitaan peleissä. Muut tavat koettiin joko liian työläiksi tai liian epävarmoiksi.

#### 6.4 Näkemykset käyttäjänovaatioiden tulevaisuudesta

Tässä osiossa vastaajilta kyseltiin heidän näkemyksiään ja tuntemuksiaan käyttäjänovaatioiden tulevaisuuden näkymistä. Tämän lisäksi he antoivat vastauksia kysymykseen, miten he toivoisivat harrastajien ja peliyhtiöiden välisen vuorovaikutuksen kehittyvän.

Kysyttäessä modien ja modaamisen tulevaisuudesta, useita teemoja nousi esille vastauksien lomasta. Suurin osa pelaajista koki, että modien tulevaisuus näyttää valoisalta ja modikulttuuri ei ole kuolemassa mihinkään. Suuri osa vastaajista satoi kuitenkin optimisminsa PC-pelaamisen tilaan. Linkki PC-pelaamiseen toimi kahteen suuntaan: 1. Jos PC-pelaaminen kuolee, kuolevat moditkin 2. Käyttäjänovaatiot ovat PC-pelaamisen tärkein oljenkorsi, jota ilman PC-pelit kuihtuisivat. Tässä muutamia käyttäjien kommentteja asian suhteen:

*”Luultavasti vain kasvaa. Ja onhan se edelleen yksi PC-pelaamisen tukipilareista. Pelaajien tekemiä modeja ei konsoleilla nähdä.”*

*”Hyväksi, niin kauan kuin PC:lle pelejä tulee. Moni PC-peleihin keskittynyt firma tuntuu huomioivan modattavuuden alusta lähtien.”*

*”PC:llä yksi elinkorsista, joita konsoleilla ei ole. Perstuntumalta sanoisin, että määrä kasvaa hieman, mutta ei merkittävästi.”*

Harrastajien mielestä pelialan käyttäjännovaatit ja PC-pelaaminen menevät hyvin pitkälti samaa tietä, tukevat vahvasti toisiaan ja antavat toisilleen lisäarvoa. Itse näkisin tämän näkökulman olevan pohdinnan arvoinen etenkin peliyhtiöille, jotka tekevät vielä PC:lle pelejä.

Toinen mielenkiintoinen esiin noussut teema oli modaamisen vaativuuden jatkuva nousu. Useat pelaajat toivat esille seikan, että käyttäjännovaatioita peliteollisuudessa uhkaa se, että monet pelit ovat muodostumassa yhä monimutkaisemmiksi ja vaativammaksi niin pelimekaniikan kuin graafisen ulkoasunsakin osalta. Tällöin myös laadukkaan modin tekeminen vaatii jatkuvasti enemmän työtä, johon yhä useammilla ei ole aikaa tai taitoa. Tämä jälleen tukee vahvasti Baldwinin et al. (2006) teoriaa käyttäjännovaatioiden kustannuksista. Osasta käyttäjistä käyttäjännovaatioiden kustannuksien nousu on siis hyvin vahvasti eräs käyttäjännovaatioiden vakavimmista tulevaisuuden uhkakuvista:

*”Modeja vaivaa vähän sama ongelma kuin kunnon pelitaloja: Nykyisen grafiikan tason saavuttaminen vaatii valtavat määrät työtä, mikä tekee kaikesta paljon hitaampaa. Toisaalta toiminta tuntuu nykyisin olevan paljon järjestyneempää. Ihan hyvältä näyttää tulevaisuus, pitää vaan olla entistä kärsivällisempi.”*

*”Hidastuu ja vaikeutuu jatkuvasti, koska pelien laatu (grafiikka, äänet, fysiikka) paranee jatkuvasti. Modeista tulee pienempiä ja harvemmat niitä tekevät.”*

Toinen huolenaihe vastaajille selvästi oli peliyritysten ja julkaisijoiden suhtautuminen modeihin ja muihin käyttäjännovaatioihin. Useat vastaajat epäilivät sitä, miten innokkaasti peliyritykset oikeasti haluavat tukea käyttäjännovaatioita, ja osa jopa epäili pelifirmojen



yrityksen estää niiden tekoa. Tässä suhteessa olikin paljon epätietoisuutta peliteollisuuden omista pyrkimyksistä käyttäjännovaatioiden suhteen.

*”Eiköhän modeja löydy niin kauan kuin hyviä (mutta paranneltavia) PC-pelejä ilmestyy, eivätkä pelintekijät ammu itseään jalkaan tekemällä siitä kohtuuttoman hankalaa tai suorastaan estä sitä.”*

*”Tulee jatkumaan vahvana ellei Microsoftin ”kuningas” idea alkaa laskuttaa modeista (xbox 360) ota enemmän tuulta alleen. Kauhuskenaario olisi että pelaajien modit kielletään/estetään ja ne pitää kierrättää pelitalon kautta joka puolestaan laskuttaa niistä.”*

Toisaalta useat vastaajat näkivät tulevaisuuden myös vastakkaisesta näkökulmasta. Heidän mukaansa peliyhtiöt ovat ymmärtäneet, että käyttäjännovaatioille kannattaa antaa mahdollisuus ja niitä pitää tukea.

*”Jotkut pelit jopa tehdään nykyään helposti modattaviksi. Ihan hyvältä näyttää tulevaisuus.”*

*”Yhä useammat pelit on alusta alkaen suunniteltu helposti modattaviksi, ja tasokkaista modeista voi kasvaa täysiverisiä kaupallisia tuotteita.”*

Tämä harrastajien kahtiajakautunut suhtautuminen peliyhtiöiden ja julkaisijoiden pyrkimykseen käyttäjännovaatioiden suhteen on erittäin kiinnostava havainto. Suurin osa vastaajista kuitenkin näki tulevaisuuden näkymät yleisesti ottaen hyvinä.

Viimeisenä kysymyksenä pelaajille esitettiin miten he suhtautuvat vuorovaikutuksen ja yhteistyön lisääntymiseen peliyhtiöiden kanssa. Näkevätkö he vuorovaikutuksen uhkana vai mahdollisuutena pelikehitykselle? Tulokset olivat jokseenkin murskaavat:

Miten näet vuorovaikutuksen kasvun pelaajien ja peliyhtyritysten välillä? Onko se mahdollisuus vai uhka pelikehitykselle?	Mahdollisuus	Uhka	En osaa sanoa	yht.
Lukumäärä	61	0	7	68
Prosentuaalinen osuus	89,71 %	0 %	10,29 %	68

Taulukko 11

Vastaajat selvästi ovat sitä mieltä, että vuorovaikutus pelaajien ja pelinkehittäjien kesken on selvästi mahdollisuus. Suuri osa vastaajista on sitä mieltä, että tasapuolinen vuorovaikutus on paras keino edistää käyttäjänovaatioita. He toivat esille, että peliyhtiöillä pitää selvästi olla visio siitä mitä he tekevät, mutta pelaajat pystyvät auttamaan luomaan pelikokemuksesta paremman.

*”Vuorovaikutus on vain hyväksi, jos pelintekijät osaavat sekä kuunnella pelaajia että toteuttaa omaa visiotaan. Pelkkä äänekkäimpien huutajien mielistely johtaa useimmiten keskinkertaisuuden suohon.”*

*”Mahdollisuus, niin kauan kuin vuorovaikutus on laadukasta. Perusteltu kritiikki edeltää kehitystä – toivottavasti”*

Harrastajat näkevät vuorovaikutuksen tarjoavan hyötyjä kummallekin osapuolelle yhtä lailla. Yleisimmät hyödyn lähteet peliyhtiöille pelaajien mielestä ovat uudet ideat ja innovaatiot, yleensä juuri laadukkaiden modien kautta. Toiseksi hyödyksi he laskivat pätevän työvoiman, jota voidaan saada laadukkaista moditiimeistä. Kolmas hyötymiskeino on heidän mukaansa juuri verkostoitunut viestintä käyttäjänovaatioista pelaajien välillä, jolloin myös alkuperäinen peli saa nostetta, koska se tarvitaan luonnollisesti käyttäjänovaation alustaksi. Neljäntenä seikkana vastaajat nostivat vielä teknisen hiomisen ja bugien korjaamiseen liittyvät asiat.

Vastapainoksi pelaajat toivoivat laadukkaampia pelejä. Vastaajat toivoivat myös parempia työkaluja käyttäjänovaatioita tuottamiseen sekä enemmän tukea käyttäjänovaatioiden luomiseen. Kaikista selvimmin tuli kuitenkin esille kanta, että peliyhtiöiden tulisi sallia käyttäjänovaatiot eikä yrittää estää niiden luomista. Vastaajat siis toivoivat vuorovaikutukselta juuri avointa asennetta peliyhtiöiden puolelta, sillä varsin loogisesti pelaajien toiveet keskittyvät aiemmin argumentoimaani parempaan pelikokemukseen (kts. Luku 4.2.2), johon juuri käyttäjänovaatiot peliteollisuudessa auttavat. Täten voimme varsin hyvin olettaa, että pelaajien ja pelinkehittäjien intressit risteävät kivuttomasti, sillä molemmat haluavat parempia pelejä ja molemmat useimmiten ovat pelaajia (kts. Grantham & Kaplinsky (2005); Zackariasson, Styhre & Wilson (2006)).

Vastaajat olivat hyvin epätietoisissa tuntemuksissa kuitenkin sen suhteen haluavatko itse peliyritykset minkäänlaista vuorovaikutusta pelaajien kanssa:

*”Ehdottomasti mahdollisuus. Sen kehitykseen en tosin varsinaisesti usko.”*

*”Ehdottomasti mahdollisuus. Monet pelintekijät ovat tämän jo huomanneetkin ja toisinaan pelit suunnitellaan alusta asti modaaajastävälliseksi.”*

*”Mahdollisuus jota kovinkaan moni peliyritys ei tajua käyttää. Tai sitten se ottaa ylpeyden päälle kun harrastajat tekevät pelistä parempia. Ilman modikulttuuria Half-lifen suosio ei olisi mitään, mitä se nyt on.”*

Kuten kommentteistakin käy ilmi, vastaajien näkemykset vaihtelivat asian tiimoilta varsin paljon. Tämän kyselyn tuloksista olemme voineet nähdä, että pelaajat keskustelevat aktiivisesti yhteisöissään ja verkostoissaan keskenään. Tämän kaltainen epätietoisuus peliyhtiöiden ja pelaajien välisistä suhteista on kuitenkin kiinnostava huomata, vaikka artikkelit ovat osoittaneet monia yhtymäkohtia pelaajien ja pelinkehittäjien välille. Kommunikaatio kuitenkin näiden kahden osapuolen välillä tuntuu olevan varsin hataraa tai vähintäänkin hyvin vaihtelevan tasoista, koska harrastajien tuntemukset yritysten pyrkimyksistä jopa kommunikaation ja vuorovaikutuksen suhteen ovat hyvin sumeita.

Yhteenvetona voimme kuitenkin todeta, että peliharrastajilla tuntuisi olevan vahva usko käyttäjännovaatioiden jatkuvuuteen peliteollisuudessa, vaikka tämä jatkuvuus näyttäisi vahvasti punoutuvan PC-pelaamisen kohtaloon. Vaikka modaus ja muut käyttäjännovaatiot nähdään positiivisina ilmiöinä, oli vastaajien suhtautuminen peliyhtiöiden tulevaisuuden pyrkimykseen käyttäjännovaatioiden suhteen hyvin hajanaisia ja epävarmoja. Tämä muodostikin erään uhkakuvan pelaajien mieliin, sillä kuten useaan otteeseen työssäni olen todennut, modaaminen ja sen helppous riippuu hyvin pitkälti pelinkehittäjien alkupanoksesta ja omasta halusta avata peli käyttäjien muokattavaksi.

Vastaajat toivoivatkin vahvasti, että vuorovaikutusta voitaisiin lisätä. Pääasiallinen syy tähän vaikutti olevan parempien pelituotteiden kehittäminen sekä paremmat työkalut käyttäjännovaatioiden luontia varten. He toivat myös esiin varsin monipuolisesti hyviä puolia myös peliyhtiöille, muun muassa ideoiden ja pätevän työvoiman muodossa.

Nyt on kuitenkin lopuksi aika hieman katsoa aidan toiselle puolelle, mitä pelinkehittäjät itse miettivät käyttäjännovaatioista ja niiden merkityksistä.

### 6.5 Pelinkehittäjien näkemyksiä käyttäjännovaatioihin

Tässä viimeisessä osiossa tulen pikaisesti tarkastelemaan, mitä mieltä haastattelemani pelinkehittäjät olivat pelialan käyttäjännovaatioista ja miten heidän asenteensa mahdollisesti erosivat käyttäjien vastaavista. Pyrin luomaan tällä osiolla korkeintaan pientä kontrastia eri osapuolien välille, sillä en näe että haastatteluni ovat yleistettävyydeltään tarpeeksi kattavia pitävien johtopäätösten tekoa varten. Tämän osion tarkoitus on enemmänkin ajatusten herättely peliyhtiöiden edustajien mielipiteiden ja ajatusten kautta.

Haastattelemani peliyhtiöt eivät olleet vielä järin kokeneita pelialan käyttäjännovaatioiden suhteen, mutta heillä oli silti varsin mielenkiintoisia mielipiteitä niistä. Haastatellut katsoivat innovaatiot itsestään varsin tärkeiksi, mutta korostivat myös hyvin pitkälti työnteon ja viimeistelyn merkitystä. Ideat olivat heille ainoastaan yksi osa kokonaisuutta.

Kysyttäessä pelaajien merkityksestä heille sidosryhmänä, kaikki haastateltavat pitivät pelaajia varsin tärkeänä sidosryhmänä. Käyttäjien roolit pelinkehitysprosessissa olivat varsin selkeät. Haastateltavat toivat esille, että pelaajat ovat erinomaisen tärkeitä pelin testauksesta, jossa testataan pelin ymmärrettävyys ja toimivuus kohderyhmälle. Myös käyttäjien vastauksissa esille tullut verkostoitunut viestintä tuli haastatteluissa esille pätevänä markkinointikanavana.

Kysellessäni pelaajien varsinaisista ideoista ja niiden mahdollisesta soveltamisesta kaikki haastateltavani muuttuivat paljon skeptisemmiksi. Vaikka haastateltavat näkivät pelaajilta tulevan palautteen tärkeäksi, he eivät juuri lämmenneet pelaajilta tuleville ideoille.

*”...tämä on ehkä silleen rumasti sanottu. Ideat on halpoja, ja meillä on sisäisestikin todella paljon ideoita. Omasta mielestä idea voi olla tosi kova, mutta se ei välttämättä kuitenkaan sovi siihen peliin, jota ollaan tekemässä”*

*”Ainoa innovatiivinen seikka on omien peli-ideoiden syyttäminen meille, vaikka meidän sivuilla lukee, että älkää lähettäkö niitä meille”*

Ideatason käyttäjännovaatiot eivät siis todellakaan näyttäneet innostavan haastateltaviani. He toivat myös esille seikan, että on vaikeaa arvioida, milloin esimerkiksi yhteisön vaatimukseen pitäisi reagoida, koska kyseessä saattaa olla ainoastaan pieni osa pelaajista, jotka muutoksia vaativat. Vaikuttaa, että peliyhtiöiden tapauksissa epävarmuus yhteisöjen kanssa työskentelyn hyödyistä yhdistettynä vahvaan visioon ja kattaviin omien ideoiden varastoihin, tekee pysyvistä yhteistyöstä peliyhtiöiden silmissä kannattamatonta. Kuten eräs haastateltava totesi, kulut käyttäjien ideoiden etsimisestä ja arvioinnista ovat varmoja, mutta niistä saadut hyödyt eivät ole.

Haastateltavat suhtautuivat paljon positiivisemmin kommunikointiin pelaajia kohti, ja painottivat halua pitää pelaajat ajan tasalla peliensä kehityksestä ja niihin liittyvistä kysymyksistä juuri oman yhteisönsä ja nettisivustojensa kautta. Haastateltavien puheista kuului läpi, että pelinkehitys on varsin tiukka prosessi, jossa on tietyt vaiheet ja aikataulut, joten myös pelaajien mukaan oton on sovittava prosessin tiukkoihin rajoituksiin ja aloite sen suhteen on oltava yhtiöllä. Tämä luo selvän kitkakohdan. Aiemmista peliharrastajien vastauksista kävi juuri ilmi, että eräs käyttäjännovaatioiden heikkouksista on hidas, hajanainen ja epävarma tuotantoprosessi. Näin ollen voi hyvin nähdä miten vaikeaa on yhdistää kaupallinen pelituotanto käyttäjännovaatioiden harrastusluonteiseen luomiseen. Tulen palaamaan tähän problematiikkaan seuraavassa luvussa, kun käsittelen pelialan ammattikirjallisuuden käyttäjännovaatioiden vakiintuneita käytäntöjä.

Jos pelaajat pelkät ideat ja yhteistyö eivät haastattelemani pelinkehittäjiä juurikaan innostaneet, niin entäpä autonomisemmat käyttäjäyhteisölähtöiset käyttäjännovaatiot (kts. von Hippel (2007) sekä Baldwin, Hiennerth & von Hippel (2006))?

Näitä kohtaan pelinkehittäjien asenteet olivat jokseenkin positiivisemmat, mutta eivät läheskään niin optimistiset kuin kyselyyn vastanneilla peliharrastajilla. Haastatellut eivät nähneet modeista ja käyttäjien luomista muista käyttäjännovaatioista olevan juurikaan haittaa pelille. Ainoat esille tulleet haitat olivat tietyt riskit henkiseen omaisuuteen liittyen sekä mahdolliset epäasiallisen käyttäjäsällön luomat haitat pelibrändille.

Myös alkupanos eli työkalujen antaminen pelaajilla ja sisällön avaaminen muokattavaksi oli varsin helppoa pelinkehittäjien mielestä. Haitat tai mahdolliset vaivat olivat varsin pieniä, mutta myös innostus ilmiötä kohtaan oli huomattavasti hillitympää kuin harrastajien keskuudessa.

Haastateltavat selvästi toivat esille samoja hyötyjä kuin kyselyyn vastanneet peliharrastajat: lisäarvon lisäsisällön muodossa, mahdollisesti hyvinkin innovatiiviset ratkaisut ja käyttäjännovaatioiden korjaavan vaikutuksen. Kiinnostavasti pelinkehittäjät eivät kuitenkaan olleet järin optimistisia käyttäjännovaatioiden suhteen. Syy raskaille epäilyille vaikutti olevan juuri hyötyjen erittäin suuri epävarmuus.

*”(Laadukkaiden käyttäjännovaatioiden) todennäköisyys kasvaa, kun (pelaaja)massa kasvaa. Milloin se saavuttaa ykkösen (=100%)...niin ei mitään havaintoa. Odotan sitä päivää innolla, mutta ei me meidän tulevaisuutta lasketa sen varaan.”*

*”...mutta jos ajatellaan, että myyntiinkö sitä (Neverwinter Nights –peliä) yhtään laatikkoa enempää sen ekan vuoden, niin luultavasti ei myyty. Jos joku saa tietää, että on olemassa hyvä modi tähän peliin, niin sitä ei ehkä saanut kaupan hyllyltä, tai sitten se waretti sen tai sillä oli se peli jo valmiiksi...joten lisääkö myyntiä, niin sitä se ei välttämättä tee.”*

Peliyrittysten edustajat selvästi tunnistivat, että käyttäjännovaatioista on ehdottomasti hyötyä pelaajille, mutta tunsivat että niistä on varsin rajoitetusti hyötyä yrityksille. Peliharrastajien vastauksista kävi selvästi ilmi, että heidän käyttäjännovaatioihin liittyvät hyötynsä koskivat itse pelikokemusta. Peliyhtiöiden hyötyodotukset taas koskivat kaupallista menestystä, jota mitataan itse pelimyynnillä. Peliyhtiöt kuitenkin keskittyvät omaan tuotteensa eli laadukkaiden pelien kehittämiseen, jotka toimivat useimmiten toimivat itsenäisinä tuotteina ilman käyttäjien luomaa sisältöä. Muun muassa Schreier (2006) ja Franke & von Hippel (2003) ovat todenneet käyttäjännovaatioiden ja niiden luontimahdollisuuksien lisäävän käyttäjien maksuhalukkuutta (willingness-to-pay, WTP), mutta tämänkaltaista tutkimusta ei ole kuitenkaan kunnolla tehty peliteollisuuden käyttäjännovaatioiden kohdalla. Taloudellisista hyödyistä ei siis todella ole varmaa tietoa.

Eräs haastateltava toi esiin myös kiinnostavan pointin, että käyttäjännovaatiot vaativat että alkuperäinenkin pelialustakin on laadukas, jotta pelaajat kiinnostuvat ensinnäkään niiden

luonnista. Tämän lisäksi haastatteluissa tuli esille seikka, että käyttäjännovaatiomahdollisuudet pitäisi ottaa selvästi huomioon myös pelisuunnittelussa ja myös käyttäjätyökalujen tulisi olla korkealaatuiset ja helppokäyttöiset, jotta voitaisiin odottaa edes siedettäviä käyttäjännovaatioita käyttäjiltä. Vaikka haastateltavien mukaan käyttäjännovaatiot pelialalla voidaan mahdollistaa varsin pienellä vaivalla, laadukkaat lopputulokset vaativat kuitenkin heidän mukaansa harkinnallista suunnittelua ja käyttäjännovaatioiden kunnollista integrointia itse tuotantoprosessiin. Tämän panostuksen tekee kuitenkin riskialttiiksi edellämainitut seikat erittäin suurista kaupallisten hyötyjen epävarmuudesta ja huoli laadukkaiden käyttäjännovaatioiden ilmestymisen epävarmuudesta.

Kiinnostavasti tämä tarkastelu osoittaa, että pelaajat sekä pelinkehittäjät ovat varsin tietoisia käyttäjännovaatioista ja niiden erilaisista hyödyistä, mutta katsovat ilmiötä tyystin erilaisista näkökulmista. Pelaajat suhtautuvat ilmiöön erittäin optimistisesti ja katsovat sen parantavan heidän pelikokemuksiaan, koska valikoimalla ja verkostojensa avulla he pystyvät saamaan ilmiöstä irti sen parhaat puolet. Pelinkehittäjät eivät kuitenkaan pysty valikoimaan käyttäjännovaatioita, vaan pystyvät vain omalla panostuksellaan edesauttamaan niiden syntyä luomaansa pelituotteeseen. Käyttäjännovaatioihin panostamista pelinkehittäjien puolelta näyttäisi estävän se, että laadukkaatkin työkalut ja aktiiviset käyttäjäyhteisöt tuottavat hyvin epävarmoja kaupallisia hyötyjä.

Tämän osuuden tarkoitus oli tuoda esille hieman erilaisia näkökulmia kaupallisilta toimijoilta. Haluan kuitenkin painottaa, että tämän osuuden johtopäätökset on tehty tekemieni haastatteluiden perusteella. Yleistettävyydessä tässä tapauksessa saattaa olla varsin heikko, sillä otoskokoni on liian pieni johtopäätösteni yleistämiseksi koko peliteollisuutta koskevaksi. Tämän osuuden tarkoitus oli luoda kontrastia käyttäjien ja kaupallisten toimijoiden välille, ja luoda pienimuotoista keskustelua eri näkökulmien välille.

Tämä luku kokonaisuudessaan toi hyvin esille, miten innokkaasti peliharrastajat suhtautuvat käyttäjännovaatioihin, sekä mielipiteiden että aktiviteettien tasolla. Peliharrastajat selvästi keskittyivät ilmiön luomiin mahdollisuuksiin ja etuihin. Käyttäjien mielipiteistä tuli vahvasti esille se, miten tärkeä rooli käyttäjäyhteisöillä ja -verkostoilla on laadukkaiden käyttäjännovaatioiden valikoinnissa. Tämän seulan kautta parhaat tuotokset nousevat pinnalle, vaikka yleinen laatutaso saattaisi olla varsin kirjava. Näin käyttäjät pystyvät välttymään varsin hyvin modien havaituilta teknisiltä heikkouksilta.

Harrastajien innostus ilmiön suhteen vaikuttaisi tämän empiirisen aineiston perusteella varsin vahvalta ja käyttäjännovaatiot varsin tärkeältä osalta PC-pelaamista. Seuraavaksi lähdemme empiirisen tutkimukseni toiseen vaiheeseen, jossa pyrimme tarkastelemaan pelialan käyttäjännovaatioita ja niihin liittyviä käytäntöjä hieman tarkemmin niiden omassa toimintaympäristössään.



## **7. Peliteollisuuden käyttäjänovaatioiden käytännöt**

Tässä luvussa tarkastelen empiirisesti havainnoiden peliteollisuuden käyttäjänovaatioihin liittyviä käytäntöjä. Olen havainnut, että muutamia poikkeuksia (mm. Jeppesen & Molin (2003), Jeppesen (2004)) lukuun ottamatta pelialan käyttäjänovaatioiden kuvaus ilmiönä ja etenkin käytäntöjen tasolla on jäänyt harmillisen vajavaiseksi. Pysin tässä työssäni toisessa empiirisessä osuudessa on käydä tarkastelemassa minkälainen ilmiö käyttäjänovaatiot oikein yleisesti ottaen ovat, millaisessa ympäristössä ne rakentuvat ja mitä mekanismeja niihin liittyy. Olen tehnyt havaintoni pääasiassa metodologiassa mainitsemistani neljästä käyttäjäjyhteisöstä, jotka valitsin niiden erinomaisen laadun ja aktiivisuuden vuoksi (luku 5.4, s. 74)

On hyvä kuitenkin muistuttaa, kuten johdannossa mainitsin, käytän tutkielmassani hieman laajennettua käsitettä peliteollisuudesta. Määritelmä peliteollisuudesta tämän työn kontekstissa käsittää kaikki toimijat, jotka tuottavat pelituotteita pelialalla. Tämä lukee siten sisäänsä sekä kaupalliset toimijat, kuten peliyhtiöt, sekä ei-kaupalliset toimijat, kuten käyttäjät ja käyttäjäjyhteisöt. Tämä selvennys siksi, että lukijalle ei synny kuvaa siitä, että puhuisin aiheeni ohi tai yli. Teollisuus-käsite kuvaa työssäni tuottavia toimijoita, ei niinkään kaupallisuutta itseään.

Ensimmäisessä empiirisessä osuudessa saimme kuitenkin selville, että peliteollisuuden käyttäjänovaatioilla vaikuttaisi olevan vahva harrastajien tuki ja innostus takanaan, vaikka haasteita ilmiöstä luonnollisesti löytyikin. Tässä toisessa osuudessa tarkastelen käyttäjäjyhteisöjä niiden omassa ympäristössään. Pysin myös tarkastelemaan, miten käyttäjät ja peliyhtiöt yhdessä pyrkivät luomaan parempia käyttäjänovaatioita, vai pyrkivätkö ollenkaan?

Tämä luku sisältää seuraavat osiot:

1. Käyttäjänovaatioiden käytännöt pelialan ammattikirjallisuudessa
2. Käyttäjänovaatioiden sosiaaliset käytännöt
3. Käyttäjänovaatioiden tekniset käytännöt
4. Integraatio- ja tukikäytännöt käyttäjänovaatioiden suhteen

## 5. Käyttäjänovaatioiden kaupallistamiskäytännöt

Ensimmäisessä osuudessa tutkin, mitä sanottavaa olemassa olevalla peliteollisuuden ammattikirjallisuudella on käyttäjänovaatioista ja niiden implementoinnista. Osuudessa käsitellyt kirjat ovat juuri pääosin käytännöllistä ammattikirjallisuutta, joiden voidaan olettaa syntyneen peliteollisuudessa havaittujen Best Practice –käytäntöjen pohjalta.

Toinen ja kolmas osuus nivoutuvat työssäni varsin vahvasti yhteen. Koh & Kim (2004) toteavat artikkelissaan, että virtuaaliyhteisöt ovat hyvin vahvasti sosioteknisiä kokonaisuuksia, joissa sosiaalinen kanssakäyminen yhdistyy tekniseen käytettävyyteen ja teknologian mahdollisuuksiin. Täten näen, että on erittäin tärkeää tarkastella näitä kahta ulottuvuutta ja niihin liittyviä käytäntöjä. Niiden kuvauksella ja analyysillä saadaan mahdollisimman rikas kuva käyttäjänovaatioyhteisöjen näkyvästä toiminnasta.

Neljännessä osiossa pyrin hieman kartoittamaan tilannetta sen suhteen, miten peliteollisuus pyrkii helpottamaan ja tukemaan erilaisilla ratkaisuillaan käyttäjänovaatioiden suunnittelua, kehittämistä ja implementointia. Tässä osuudessa pyritään tarkastelemaan käyttäjänovaatioita juuri siltä kannalta, miten käyttäjät ja peliyhtiöt tekevät yhteistyötä keskenään sekä tarkastelemaan niihin liittyviä mahdollisia käytäntöjä.

Viimeisessä osuudessa tulen tarkastelemaan, millaisia vaikutuksia pelialan käyttäjänovaatioilla on kaupalliselle puolelle. Tulen tutkimaan mitä käytäntöjä ja toimintatapoja on havaittavissa kaupallisissa yrityksissä ja tuotteissa, jotka voidaan johtaa käyttäjänovaatioihin tai niistä kumpuaviin käytäntöihin. Tämä on erityisen mielenkiintoista sen vuoksi, koska Baldwin et al. (2006) argumentoivat käyttäjänovaatioiden kaupallistamispotentiaalin puolesta artikkelissaan. Tämä osuus tulee tarkastelemaan käyttäjänovaatioiden käytännön vaikutuksia kaupallisessa toiminnassa laajemmin, ei ainoastaan perinteisessä tuotteistamismielessä.

Tämän toisen empiirisen osuuden tarkoitus ei ole luoda täydellistä kuvaa peliteollisuuden käyttäjänovaatioiden käytännöistä, ja se tuskin olisi mahdollistakaan. Toivon kuitenkin pystyväni elävöittämään ja kuvaamaan pelien käyttäjänovaatioita ilmiönä sekä luomaan hieman tarkempaa kuvaa siitä, mistä ilmiössä oikein on kyse. Katson, että tämä on hyvin

tärkeää etenkin nykyisessä tilanteessa, jossa tutkimus peliteollisuuden käyttäjäinnovaatioista on hyvin hajanaista ja ilmiö itsessään varsin täsmentymätön.

*Mitä tarkoitetaan käytännöllä?*

Katson, että ennen kuin lähden varsinaisesti syvemmin tutustumaan pelialan käyttäjäinnovaatioiden vallitseviin käytäntöihin, on hyvä määritellä mitä ylipäätensä tarkoitamme käytännöllä tämän työn kontekstissa.

Käytäntö-termi on varsin laaja, ja sillä voidaan tarkoittaa hyvin monia asioita. Voisimme katsoa sen tarkoittavan Bourdieu'n (1990) kuvaamia toimijalle tai ryhmälle itsestään selviä ja usein lausumattomia perusoletuksia. Myös Bourdieu'n (1990) kehittämä konsepti "habitus" on eräs tapa lähestyä käytäntöjä. Tällöin tutkittaisiin juuri sosiaalisen toiminnan kautta muodostuneita, usein kirjoittamattomia sääntöjä, joiden avulla sosiaaliset ryhmät sääntelevät toimintaansa.

Työni fokus käytäntöjen näkökulmasta on kuitenkin huomattavasti kuvailevampi ja käytäntöjä konkreettiselta tasolta lähestyvä. Pyrin kuvaamaan käytäntöjä enemmän toiminnan tasolta, kuin niinkään syvemmällä tasolla sijaitsevien oletusten tai implisiittisten sääntöjen kannalta. Täten näen, että Whittingtonin & Jarzabkowskin (2008) artikkelissaan esittämät toiminnallisemmat määrittelyt käytännöistä kuvaavat tapaan lähestyä käytäntöjä paremmin (myös Whittington et al. (2004)). Artikkeleissaan he jakavat käytännöt kahteen suurempaan kokonaisuuteen. Ensimmäinen on *Praxis*, joka kuvaa käytännön aktiviteetteja, eli mitä käytännössä ilmiön sisällä tehdään. Toinen kokonaisuus on käsittää käytännöt sosiaalisiksi, symbolisiksi ja materiaalisiksi työkaluiksi, joita aktiviteetteihin käytetään.

Edellä mainitut kokonaisuudet yhdistyvät työssäni käytettäväksi määritelmäksi käytännöistä. Konkreettisesti käsittelemäni käytännöt ovat juuri Whittingtonin et al. (2004) artikkelissaan mainitsemia yleisesti käytettyjä *työkaluja*, *toimintatapoja* ja *rutiineja*. Näiden lisäksi käsittelen myös hieman, etenkin sosiaalisten käytäntöjen osuudessa, käytäntöjä muun muassa kielen, asenteiden ja hierarkian tasolla (Whittington & Jarzabkowski (2008)). Uskon, että kyseisellä käytäntöjen tutkimuksella ja kuvailulla pystyn luomaan rikkaan ja uskottavan kuvan käyttäjäyhteisöjen ja käyttäjäinnovaatioiden toiminnasta.

Aloittakaamme sitten näiden käytäntöjen käsittely ammattikirjallisuuden puolelta, jossa tutkimme parhaita vakiintuneita käytäntöjä käyttäjänovaatioiden suhteen.

### 7.1 Käyttäjänovaatioiden käytännöt pelialan ammattikirjallisuudessa

Tähän osuuteen olen lukenut läpi 14 peliteollisuuden pelisuunnitteluun ja -tuotantoon liittyvää kirjaa. Nämä kirjat pyrkivät tarjoamaan työkaluja pelinkehittäjille erilaisiin pelinkehitykseen ja -tuotantoon liittyviin tilanteisiin. Kirjat ovat varsin uusia ja niiden tarjoama tieto ajankohtaista. Tutkimani kirjat on kirjoitettu vuosien 2003–2007 välisenä aikana, jolloin käyttäjänovaatiot olivat jo ilmiönä vahvasti olemassa. Useat kirjat olivat tyyliltään ja sisällöltään varsin samankaltaisia. Puhuessani yleisesti kirjoihin liittyvistä asioista ilman tarkkoja viittauksia, niin silloin haluan sanoa että kyseisenlainen tieto oli hyvin yleistä tutkimissani kirjoissa. Ainutlaatuisiin väitteisiin toki käytän normaalia viittausmenettelyä. Tutkimani kirjat löytyvät erillisenä osiona työni lähdeluettelosta.

#### *7.1.1 Käytännöt ammattikirjallisuudessa*

Tutkin kirjoja siltä kannalta, mitä niillä oli sanottavaa pelialan käyttäjänovaatioista ja niiden käytännöistä. Yllätyksekseni huomasin kuitenkin, että kirjoissa hädin tuskin oli mainittu tai tunnistettu käyttäjänovaatioita edes teoreettisena ilmiönä.

Niissäkin kirjoissa, joissa käyttäjänovaatiot oli mainittu, ne olivat mainittu useimmiten ainoastaan ohimennen ja hyvin pinnallisesti. Varsinaisia vakiintuneita käytäntöjä käyttäjänovaatioiden suhteen ei ainakaan tämän kirjallisuusanalyysin perusteella ole ehtinyt peliteollisuuteen muodostua.

Muutamalla kirjalla oli kuitenkin edes joitain näkemyksiä käyttäjänovaatioista. Ne liittyivät pääasiassa juuri pelien modaukseen, eivät yksinkertaisempiin editoreihin. Itsenäisten (independent) pelien kehitykseen kirjassaan keskittynyt Michael (2003) mainitsee, että pelaajien luomasta sisällöstä pelinkehittäjä pystyy saamaan myös hyviä ideoita omiin tuotteisiinsa. Tämän lisäksi hän mainitsee myös pätevien työkalujen merkityksen pelinkehitykselle, etenkin aloitteleville suunnittelijoille. Tämä asettaa kiinnostavasti yhtäläisyysmerkin pienimuotoisen pelinkehityksen ja käyttäjänovaatioiden luonnin välille,

sillä molemmissa korostuu itsenäisyys ja pääoman vähäinen merkitys. Michaelin (2003) kirja täten tukee Katzin & von Hippelin (2002) näkemystä siitä, että käyttäjätyökalut (user toolkits) auttavat huomattavasti omien ratkaisuiden luonnissa. Kiinnostavaa on kuitenkin se, että nämä olemassa olevat työkalut myös kirjan mukaan voivat auttaa myös varsinaisen liiketoiminnan aloittamisessa. Kehittyneiden käyttäjäinnovaatioiden ja varsinaisen liiketoiminnan välinen raja saattaakin olla täten varsin matala. Michael (2003) painottaa myös pelaajilta tulevien ideoiden merkitystä, koska niiden implementointi voi merkittävästi parantaa asiakkaiden lojaliteettia pelituotetta ja –yritystä kohtaan. Kiinnostavasti tämän kaltainen toiminta kuitenkin nähtiin olevan järkevää erityisesti pienimuotoisten ja joustavien peliprojektien yhteydessä. Hetken päästä tarkastelen, miten suuremmissa peliprojekteissa käyttäjien ideoihin suhtaudutaan.

Toiset maininnan arvoiset kirjat käyttäjäinnovaatioiden suhteen olivat Balkinin & Noveckin (2006) toimittama teos sekä Doweyn & Kennedyn (2006) hieman teoreettisempi opus. Balkinin & Noveckin (2006) teoksessa mainitaan hyvien työkalujen tärkeydestä ja itsenäisen tuotannon mahdollisuus (Katzin & von Hippelin (2002) periaatteiden mukaisesti). Tämä ei varsinaisesti ole uutta tietoa, mutta he myös mainitsevat kiinnostavan seikan käyttäjätyökalujen objektien ominaisuuksista. Balkinin & Noveckin (2006) teoksessa todetaan, että todellinen luovuus syntyy vasta kun satunnaisilla objekteilla on sekä ennakoitavia että oivallettavia ominaisuuksia. Ennakoitavat osat luovat tunnistettavan rakenteen uuteen luomukseen, esimerkiksi painovoima että vetää esineitä alaspäin. Keksittävät ominaisuudet taas tarjoavat keinon luoda uusia käyttötapoja ja sovelluksia pelin asioille. Tämä on erittäin kiinnostava väittämä, joka selittää, miten kehittäjien tulisi tarjoamiensa työkalujen tarjoamiaan objekteja ymmärtää. Ei vain purettuina pelin komponentteina, vaan enemmänkin juuri niiden tarjoamien mahdollisuuksien kautta. Kirjassa myös todetaan käyttäjäyhteisöjen tarvitsevan selkeät rakenteet tuekseen, jotta ne pystyvät kehittymään eteenpäin. Tämä kirjoittajien mukaan sen vuoksi, että virtuaaliympäristössä vastuiden ja roolien jako on hyvin vaikeaa. Kyseessä olevan artikkelin kirjoittaja Axelsson (s. 263) toteaaakin: ”Mahdollisuus vakaalle yhteistyölle perustuu jatkuvalla kommunikaatiolle”.

Edellä mainitut ideat ovat toki hyviä, mutta ne eivät lähesty käyttäjäinnovaatioita käytännön tasolta, vaan jäävät edelleen varsin yleiselle teorian tasolle. Kiinnostavasti Dowe & Kennedy (2006) varsin teorialähtöisessä kirjassaan toteavatkin pelialan käyttäjäinnovaatioista, että käyttäjäinnovaatiot ovat jo luonnollinen osa pelikulttuuria. Tämä nostaa kuitenkin mieleeni

ajatuksen, ovatko käyttäjänovaatiot vieläkään luonnollinen osa kaupallista peliteollisuutta. Ammattikirjallisuudessa esiintyvä liki täydellinen tyhjiö käyttäjänovaatioiden käsittelyn suhteen ja haastatteluissakin esiintynyt vahva epäily käyttäjänovaatioiden oikeista taloudellisia mahdollisuuksia vastaan, (mm. Soares (2009), Pääjärvi (2009)) antaisivat hyvän syyn epäillä, että käyttäjänovaatiot eivät vieläkään ole täysin integroituneet osaksi pelialan kaupallista toimintaa. Dowe & Kennedy (2006) kuitenkin esittävät kiinnostavan väitteen, että markkinoiden lait, teknologian rajoitukset sekä yleinen pelialan tuotantokulttuuri estävät täysin vapaan innovoinnin peliteollisuudessa, mikä puolestaan jälleen puoltaisi käyttäjänovaatioiden mahdollisuuksia rajoituksista vapaana innovaatiokanavana.

Voidaan kuitenkin todeta, että käyttäjänovaatioiden käytännöistä ei voida saada mitään irti ammattikirjallisuudesta. Itselleni ilmiön käsittelyn vähyys kirjallisuudessa oli hyvin hämmentävää. Käyttäjien rooli aktiivisina toimijoina oli kirjallisuudessa myös hyvin vähäinen. On kuitenkin turha lopettaa tämän seikan tutkimista tähän, sillä löydös on myös hyvin kiinnostava. Seuraavaksi pohdin, mitä mahdollisia syitä tai viitteitä ammattikirjallisuudessa on siihen, että käyttäjänovaatioita edelleen pidetään niin kovin marginaalisena ilmiönä kaupallisessa peliteollisuudessa.

### *7.1.2 Syitä käyttäjänovaatioiden käsittelyn puutteelle ammattikirjallisuudessa*

Tässä osiossa analysoin, mistä edellä havaittu käyttäjänovaatioiden käsittelyn liki täydellinen puute ammattikirjallisuudessa oikein johtuu. Itse havaitsin lukemissani kirjoissa useitakin seikkoja, jotka olivat ristiriidassa käyttäjänovaatioiden toteutuksen ja hengen kanssa. Tässä kappaleessa käsitelen yleisimpiä seikkoja, jotka kirjallisuudessa havaitsin menevän ristiin käyttäjänovaatioiden luonteen ja rakenteiden kanssa.

#### *Suljettu ja tiukka prosessinäkökulma*

Tämä seikka nousi hyvin monessa kirjassa esille, varsinkin jos kirjat käsitelivät enemmän juuri pelinkehitystyön organisointia ja varsinaista toimintaa. Useissa kirjoissa todettiin selkeät vaiheet pelinkehitysprosessille, joita tulee noudattaa. Myös projektinhallinnan periaatteet ja perinteiset rajoitteet (aika, mittakaava ja kustannukset) tuotiin korostetusti esille hyvin monissa tutkimissani kirjoissa.

Suljetulla prosessilla en tarkoita etteikö kehitysprosessin aikana yhtiöillä olisi yhteyttä myös muihin sidosryhmiin. Suljetulla prosessilla tarkoitan sitä, että itselleni muodostui hyvin vahva kuva siitä, että kehitysprosessi oli hyvin tiukka ja siinä oli selkeästi määritellyt vaiheet. Prosessia ei kirjojen kuvauksissa juuri avattu ulkopuolisille ja ne sidosryhmät, joilla oli valtaa vaikuttaa kehitysprosessiin, oli määrätty jo etukäteen. Havaintojeni perusteella prosessit olivat erittäin tiukasti strukturoitu ja aikataulutettu. Muun muassa Rouse (2005) tuo esiin tiukan fokuksen vaatimuksen kehitysprojektissa. Niin sanottuja avonaisia kohtia, joissa esimerkiksi ulkopuoliset voisivat itse ideoillaan vaikuttaa prosessiin, ei juuri kirjallisuudessa mainittu, paitsi jos ne oli rakennettu prosessiin sisään, esimerkiksi tuotteen testaamisen muodossa. Myös roolit oli useissa kirjoissa hyvin määritellyt ja niiden toimenkuvat varsin hyvin selitettyjä. Dowey & Kennedy (2006, s.48) totesivatkin kirjassaan peliteollisuuden tuotantotavoista:

*”(Kyseessä on) verkosto-mallinen kehittäminen, joka on kuitenkin pakotettu fordistiseen tuotantotapaan.”*

Ei voida tietenkään sanoa, että tehokkaat ja aikataulutetut projektit olisivat huono asia. Itse kuitenkin argumentoin, että jos käyttäjänovaatioita halutaan hyödyntää tai niiden mahdollisuudet halutaan implementoida tuotteeseen, on prosessissa oltava hieman joustovaraa tai ne pitää rakentaa prosessiin alusta alkaen. Pääjärvi (2009) haastattelussaan totesikin osuvasti, että useimmiten editorit ja käyttäjille tarkoitetut työkalut ovat ensimmäisenä karsintalistalla, jos aikataulu on tiukka. Täten itse näen, että kovin tiukka ja etukäteen suunniteltu prosessi heikentää huomattavasti kehittäjien mahdollisuuksia sisällyttää käyttäjänovaatiomahdollisuudet itse pelituotteisiin. Tämä on tietysti hyvin luonnollista, jos yhdistämme tämän seikan käyttäjänovaatioiden epäselviin taloudellisiin hyötyihin, joista ei omien havaintojeni mukaan ole vielä hyvää tutkimustietoa.

Grantham & Kaplinsky (2005) artikkelissaan toteavatkin, että peliteollisuus on erittäin nuori ala, joka alkoi vasta 80-luvulla kehittyä ”autotaliteollisuudesta” varsinaiseksi teollisuudenhaaraksi. Jos varsinaiset tehokkaat taloudelliset prosessit ovat vielä suhteellisen uusia pelialalla, niin voimme miettiä että olisiko siinä syy, miksi ammattikirjallisuus pyrkii sitä niin kovin nostamaan niitä esille. Ammattikirjallisuudessa tuodaan tiukkoja ja täsmällisiä tuotantoprosesseja esiin juuri sen vuoksi, että peliteollisuuden toivotaan kehittyvän

täsmälliseksi ja uskottavaksi teollisuuden alaksi. Tämä suuntaus kuitenkin voi heikentää käyttäjännovaatioiden asemaa pelialalla. Tämä voi olla myös eräs syy, miksi kyseistä käyttäjännovaatioita ei nähdä järkeväksi tekijänä pelisuunnittelussa. Käyttäjännovaatioiden huomioiminen vaatisi tuotantomekanismeilta oleellista joustavuutta tavalla tai toisella.

### *Näkemykset olennaisimmista sidosryhmistä*

Toinen olennainen pointti, joka puhuu aineistossa vahvasti käyttäjännovaatioita vastaan ja niiden sivuuttamisen puolesta, on kirjallisuudessa käsitellyt peliyhtiöiden sidosryhmät. Hyvin monessa kirjassa esiteltiin tärkeimpiä pelinkehittäjien sidosryhmiä, mutta pelaajat tai käyttäjäyhteisöt eivät olleet niissä mukana lainkaan. Oikeastaan ainoastaan Michael (2003) mainitsi independent-pelien tuottamisesta kertovassa kirjassaan pelaajat merkittävänä sidosryhmänä.

Kirjallisuudesta käy ilmi, että pelinkehittäjillä on monia sidosryhmiä, joiden kanssa he neuvottelevat. Ehdottomasti tärkein sidosryhmä, joka kirjoista kävi ilmi, oli julkaisija, joka usein rahoittaa, julkaisee ja jakelee pelin. Erityisen paljon käytäntöjä kirjoissa oli siitä, miten julkaisijoiden kanssa tulee toimia ja miten yhteistyöstä heidän kanssaan saa kaikista eniten irti. Myös muun muassa jakelijat, markkinointi, työntekijät, asianajajat sekä agentit mainittiin myös tärkeinä sidosryhminä. Ammattikirjallisuuden perusluonteen mukaisesti näiden kanssa asioinnin suhteen jaettiin varsin paljon käytännön vinkkejä ja ohjeita, aina tiimin johtamisen perusteista agenttien käytön käytännön hyötyihin.

Aineistosta käy erittäin hyvin selväksi se, että kirjallisuuden katse on sidosryhmien suhteen hyvin tiukasti kaupallisissa toimijoissa ja poispäin käyttäjistä sekä heidän yhteisöistään. Erityisesti julkaisijan rooli oli hyvin korostunut ja heillä oli selvästi eniten valtaa tuotantoprosessiin. Voidaan tietenkin miettiä, että miksi yhtiöt eivät voisi ottaa myös pelaajia huomioon sidosryhmänä. Ammattikirjallisuudesta tulee kuitenkin vahvasti esille se näkemys, että keskittyminen juuri kaupallisiin sidosryhmiin on hyvin tietoinen valinta. Tämä seikka saattaa jatkaa juuri edellä mainittua pyrkimystä vakavasti otettavaksi teollisuuden alaksi. Toisaalta useissa kirjoissa mainitaan myös resurssien niukkuus, joten toinen uskottava selitys tälle trendille on se, että huomio keskitetään sidosryhmiin joihin on sitoutunut resursseja tavalla tai toisella. Jos käyttäjät eivät ole mukana tuotantoprosessissa, he eivät myöskään



juurikaan kuluta resursseja eikä heidän osaltaan ole myös odotettavissa mainittavia hyötyjä. Täten voidaan helposti nähdä, että heidät on helppo sivuuttaa mainittavana sidosryhmänä.

Pääasiallisesti käyttäjää käsitellään asiakkaana ja kuluttajana, joille pelejä kehitetään. Tämä on luonnollisesti hyvin järkevä ja terve lähtökohta. Käyttäjän käsittäminen pelkäsi kuluttajaksi kuitenkin yksinkertaistaa käyttäjien roolia heidän tarjoamansa hyödyn suhteen. Tämä näkyy esimerkiksi Laramèen (2003) teoksessa, jossa vuorovaikutus käyttäjien kanssa lasketaan pelkäsi asiakaspalveluksi. Lisäksi aineistossa tiedonkulku käyttäjien suuntaan oli yleisesti ottaen käsitetty varsin yksisuuntaiseksi, esimerkiksi juuri asiakastueksi tai uutisoinniksi.

Käyttäjille kuitenkin annettiin ammattikirjallisuudessa muutama hieman aktiivisempikin rooli. Monissa kirjoissa käyttäjille suotiin tuotantoprosessissa arvokas testaajan rooli, jota useimmat teokset pitävät ensiarvoisen tärkeänä. Osassa kirjoista (mm. Vuorela (2007)) myös mainittiin käyttäjät erinomaisina markkinoijina, joiden avulla pystyy saamaan erittäin tehokkaasti mainetta ja julkisuutta omalle tuotteelleen. Näihin rooleihin ei kuitenkaan kirjassa sisällytetty minkäänlaista ideoivaa tai innovatiivista toimintaa, vaan ne toimivat enemmänkin vain harkitun kehitysprosessin osina tai tukena.

Käyttäjien sivuuttaminen merkittävänä sidosryhmänä ammattikirjallisuudessa sulkee käyttäjät pois aktiivisten toimijoiden piiristä. Asiakkaana heidän arvonsa on luonnollisesti äärimmäisen tärkeä, mutta kehitysprosessissa ja lopputuotteen lisäarvon kannalta heidän arvoaan ei ole havaintojeni mukaan tunnistettu liki ollenkaan, paitsi tietyissä rajallisissa funktioissa. Suurempi haitta on kuitenkin, että käyttäjää ei tunnisteta pelinkehityksen diskursseissa aktiiviseksi ja innovatiiviseksi osapuoleksi, joka pystyy toiminnallaan tuomaan tuotteelle merkittävää lisäarvoa. Tämä, jos mikä, estää käyttäjännovaatioiden mahdollistamista ja kunnollista integrointia peliteollisuuden osaksi.

### *Visiot ja visionäärit – missä ideat syntyvät?*

Osa tutkimistani kirjoista käsitteli juuri pelinkehitystä tuotannon kannalta, toiset taas enemmänkin suunnittelun, ideoinnin ja pelimekaniikan kannalta. Jälkimmäisissä kirjoissa oli havaittavissa selvä trendi. Ideoiden ja ideoinnin käsitettiin useimmissa kirjoissa olevan hyvin

henkilökohtaista omaisuutta. Kirjoissa oli hyvin paljon asiaa erilaisista käytännöistä, joilla suunnittelija pystyy keksimään hyviä ideoita ja ratkaisuita tuotteeseensa. Useimmissa kirjoissa ideoiden esitettiin tulevan juuri itse suunnittelijalta. Osassa kirjoista myös ideoiden kehitys oli myös kehittäjätiimin tai –ryhmän yhteistä aktiviteettia. Teoksista käy kuitenkin hyvin vahvasti ilmi oletus, että ideointi on hyvin pitkälle pelinkehittäjien omaa ydinaluetta, josta he ovat itse vastuussa. Asiaan tiimoilta esitetyt käytännöt auttavatkin pelisuunnittelijoita luomaan uusia ideoita, eivät niinkään löytämään niitä ulkopuolelta. Saman tendenssin huomasin myös tekemissäni haastatteluissa, joissa haastattelemani henkilöt korostivat että ideoita heillä itsellään on hyvin paljon, ja niiden etsiminen ulkopuolelta ei välttämättä kannata. Onkin hyvin loogista päätellä, että tämän vuoksi ideoiden vaihto pelinkehittäjien ja käyttäjien välillä ammattikirjallisuudessa ei ole noussut esiin muutamaa pinnallista mainintaa enempää.

Toinen kiinnostava seikka, jonka aineistostani havaitsin, on että parhaiden ja omaperäisimpien ideoiden keksijät ja toteuttajat on hyvin usein nostettu suureen arvoon peliteollisuudessa. Tämähän pätee myös käyttäjäinnovaatioihin, kuten käyttäjien asenteita kartoittavasta osuudestani kävi hyvin ilmi. Varsinaisen kaupallisen pelikehittämisen puolella nämä arvostetut visionäärit ovat kuitenkin usein alan tunnetuimpia henkilöitä. Näitä henkilöitä ovat mm. Sid Meyer (Firaxis), Will Wright (Maxis), Gabe Newell (Valve Software) ja Richard Garriott (entinen Origin). Jokainen näistä henkilöistä on kehittänyt erittäin innovatiivisia ja menestyneitä pelituotteita eri pelialustoille viime vuosikymmenten aikana.

Myös ammattikirjallisuudessa tuotiin esille monia tämän kaltaisia pelialan merkkihenkilöitä. Hyvillä ja oivaltavilla ideoilla voi siis saada aikaiseksi menestyneen tuotteen lisäksi myös yhtiö- että henkilökohtaista arvostusta. Täten väittäisin, että tämänkaltaisen mekanismi saattaa estää suunnittelijoita etsimästä ulkopuolelta ideoita. Siitä en tiedä, että estääkö moinen kuitenkaan pelinkehittäjiä mahdollistamasta käyttäjäinnovaatioiden luontia käyttäjille mitenkään merkittävästi. Uskoisin kuitenkin vahvasti aineistoni perusteella, että peliyhtiöt haluavat elää melko pitkälti ideoiden ”omavaraistaloudessa”. Tämä pätee varsin vahvasti myös muihin lukemiini artikkeleihin, sillä Henfridssonin & Holmströmin (2003) artikkelin lisäksi muita ideoiden vaihtoa käyttäjäinnovaatioiden muotona painottavia artikkeleita en ole juurikaan löytänyt.

Olen itse sitä mieltä, että omat omaperäiset visiot ovat erittäin tärkeitä peliyhtiöille, jotta syntyy uudenlaisia pelikokemuksia. Koster (2005) toteaaakin erinomaisessa kirjassaan pelaamisen luonteesta, että pelien on jatkuvasti kehityttävä, sillä muuten pelikulttuuri näivettyy kuoliaaksi. Ideoiden synnyttäminen ainoastaan organisaation sisäisesti ei kuitenkaan varsinaisesti edistä käyttäjännovaatioita, jolloin voidaan jokseenkin sanoa että peliteollisuus ei ainakaan täysimittaisesti hyödynnä Chesbrough'n (2003a) ideaa täysin avoimen innovaation mallista. Vaikka peliala näyttäisi olevan yksi pioneereista käyttäjännovaatioiden suhteen (s. 198), itse kaupallinen peliteollisuus näyttäisi kuitenkin edelleen noudattavan klassista asiakas-tuottaja –kahtiajakoa (Arakji & Lang, 2007).

### *Näkemykset peleistä tuotteena*

Tämän viimeisen ammattikirjallisuudesta nousseen huomion takana on havainto, että aineistossa pelejä käsitellään prosessien tapaan varsin suljettuna kokonaisuutena. Useassa käsittelemässäni kirjassa pelit varsin systemaattisesti jaettiin eri osa-alueisiin, joihin suunnittelijan tulee kehittämisessään ja suunnittelussaan kiinnittää huomiota. Kiinnostavasti kuitenkin peliä jälleen kerran pidettiin varsin suljettuna kokonaisuutena, sillä ainoastaan muutamassa kirjassa edes mainittiin mahdollisuus käyttäjäsäilyksen mahdollistamiseen. Nämäkin maininnat olivat erittäin pintapuolisia, vailla sen syvempää sisältöä.

Ammattikirjallisuuden voidaan olettaa olevan perinteistä Best Practice –kirjallisuutta, jolloin nähdään että kirjallisuus haluaa antaa selkeän kuvan siitä, mistä komponenteista ja osa-alueista pelituote oikein rakentuu. Jos yhdistämme tämän havaitun diskurssin selkeästä ja suljetusta pelituotteesta, jossa on ennalta määrätyt komponentit, diskurssiin tehokkaista ja tiukoista tuotantoprosesseista, joita käsitelin aikaisemmin, niin saamme paketin, johon käyttäjien on hyvin vaikea vaikuttaa, ja tuotteen josta on ammattikirjallisuuden näkökulmasta suunniteltu ulos käyttäjännovaatiot. Tiedän, että tilanne ei todellisuudessa ole läheskään niin synkkä kuin saatan ehkä antaa tässä luvussa ymmärtää, mutta ammattikirjallisuus ei juuri jätä aukkoja käyttäjännovaatioille diskursseissaan pelisuunnittelusta ja –tuotannosta.

Useimmissa kirjoissa tuotantoprosessin loppu on varsin selkeä. Kun pelituote on hiottu julkaisukuntoon, niin se usein laitetaan ulos ja ryhdytään työskentelemään seuraavan projektin parissa. Vuorela (2007) toteaaakin, että harvat pelinkehittäjät viitsivät enää palata

takaisin vanhojen projektiensa pariin tukemaan ja kehittämään niitä. Kehitysprosessilla kirjallisuudessa nähdään olevan siis selkeä lopetus. Zackariasson et al. (2006) toteavat, että useimmiten peliprojektin alku on hyvin ”sumuinen” (fuzzy) ja epäselvä, mutta tarkastelemani kirjallisuus näkee puolestaan peliprojektin lopun hyvin selkeänä. Itse väitän, että kaikista otollisin maaperä käyttäjänovaatioille olisi, että kehitysprosessin loppupää olisi ”sumuinen” myös, koska se antaisi mahdollisuuden pelinkehittäjille tukea ja auttaa käyttäjiä. Se antaisi myös mahdollisuuden aktiivisesti hyötyä pelaajien ideoista ja heidän luomistaan käyttäjänovaatioista. Tämänkaltainen jatkuvan kehityksen malli on olemassa esimerkiksi nettiroolipeleissä, joissa pelinkehittäjät julkaisevat lisäsisältöä ja päivityksiä vielä vuosia varsinaisen pelin ilmestymisen jälkeenkin. Parhaat esimerkit ovat huippusuositut World of Warcraft (Blizzard, 2005) sekä Lord of the Rings Online (Turbine, 2007). Olisi erittäin kiinnostavaa nähdä, että voisiko kyseisenlaista toimintamallia soveltaa myös perinteisempiin peligenreihin onnistuneesti, juuri vuorovaikutukseen ja käyttäjänovaatioiden mahdollisuuksiin keskittyen.

### *7.1.3 Yhteenveto*

Ammattikirjallisuuden analyysi ei paljastanut minkäänlaisia vakiintuneita käytäntöjä käyttäjänovaatioiden suhteen pelialalla. Myös ilmiönä käyttäjänovaatiot olivat erittäin pienessä osassa läpikäymässäni aineistossa. Etsittyäni syitä näille oudoille havainnoilleni, havaitsin että useat ammattikirjallisuuden esittelemistä trendeistä ja käytännöistä eivät oikeastaan ole kovin helposti yhteensopivia käyttäjänovaatioiden luonteen kanssa.

Löysin kirjallisuudesta neljä vahvaa ja useasti esiintyvää teemaa, jotka erityisesti toimivat käyttäjänovaatioita vastaan. Ensinnäkin tuotantoprosessien kuvataan kirjoissa olevan hyvin tiukkoja ja mahdollisimman virtaviivaistettuja, mikä ei juuri jätä varaa käyttäjien interventioille tai käyttäjätyökalujen sisällyttämiselle tai hiomiselle.

Toiseksi ammattikirjallisuudessa käyttäjää ei pidetä juurikaan innovatiivisena tai kehitysprosessiin vaikuttavana sidosryhmänä, vaan katse on erittäin vahvasti suunnattu kaupallisiin toimijoihin, erityisesti julkaisijan suuntaan. Jos käyttäjiä ei edes diskurssien tasolla pidetä innovatiivisina toimijoina, mikä on mahdollisuus siihen, että itse pelituotteeseen implementoidaan mahdollisuudet pelaajalle toimia sellaisena?

Kolmas havaitsemani merkittävä seikka on se, miten kirjallisuudessa käsiteltiin ideoita. Ideoiden luontia käsiteltiin valtaosin kehittäjätiimin tai yksittäisen suunnittelijan etuoikeutena. Kirjoissa myös painotettiin visioiden ja visionääristen pelinkehittäjien roolia peliteollisuudessa. Täten aineisto hyvin vahvasti painotti, että ideat tulee kehittää organisaation sisäisesti ja omilla ideoilla voi saavuttaa korkean aseman peliteollisuudessa.

Neljäs havaitsemani teema liittyi peleihin tuotteina. Kirjallisuuden antama kuva pelituotteesta oli varsin tarkasti määritelty, ja määritelmässä ei ollut otettu huomioon seikkaa, että peli voitaisiin jättää auki muokkaamista varten. Käyttäjänovaatioiden mahdollisuuksista pelituotteen kannalta ei myöskään keskusteltu ammattikirjallisuudessa kuin häviävän vähän. Kirjallisuudessa vallitseva kuva peleistä suljettuina tuotteina toimii tietysti hyvin vahvasti käyttäjänovaatioiden mahdollisuuksia ja ideaa vastaan.

Näihin väitteisiin voidaan tietysti vastata, että kyseessä on vain kirjallisuuden näkemys pelinkehityksestä ja -tuotannosta. Tämä vastaväite ei kuitenkaan pidä vettä, sillä ammattikirjallisuuden tarjoama tieto on hyvin pitkälti johdettu juuri pelisuunnittelijoiden ja –tuottajien omista kokemuksista ja työelämästä. Jos teemme oletuksen, että käsittelemäni ammattikirjallisuus kuvaa peliteollisuuden tämänhetkisiä käytäntöjä, niin voimme tehdä johtopäätöksen, että tällä hetkellä yleiset toimintatavat eivät juuri tue käyttäjänovaatioiden toteutumista. Luonnollisesti monia poikkeuksia on olemassa, ja seuraavaksi tulen tutustumaan eräisiin tuotteisiin, joissa käyttäjänovaatiot ovat päässeet siivilleen.

## 7.2 Käyttäjänovaatioiden sosiaaliset käytännöt

Tässä osuudessa tutkin käyttäjyhteisöjen sosiaalisia käytäntöjä. Tällä tarkoitan, että pyrin luomaan kuvaa siitä, miten ja missä käyttäjät ovat vuorovaikutuksessa keskenään.

Tarkoitukseni on myös havainnoida yleisimpiä sosiaalisia rakenteita, mahdollisia sosiaalisia toimintatapoja ja hierarkioita. Tutkin myös, miten yhteisöissä huomioidaan laadukkaimpien käyttäjänovaatioiden luojat, eli huippukäyttäjien (lead-users) panos (kts. Von Hippel, 1986).

Luonnollisesti tämän työn puitteissa en voi käsitellä käyttäjyhteisöjen kaikkia mahdollisia sosiaalisia aspekteja niin syvällisesti kuin olisi mahdollista, mutta pyrkimykseni on luoda

hieman yleiskuvaa käyttäjänovaatioiden vuorovaikutusympäristöstä ja siitä miten se toimii. Tämän osuuden havainnot keskittyvät olemassa oleviin sosiaalisiin käytäntöihin yhteisöissä, mutta lukijan on hyvä käsittää että internetin vuorovaikutuksessa on myös aina mukana teknisiä ominaisuuksia, jotka muokkaavat ja tekevät vuorovaikutuksen mahdolliseksi (Koh & Kim, 2004). Pyrin tekemään mahdollisimman selvän pesäeron tämän luvun sekä seuraavan puhtaasti käyttäjänovaatioiden teknisiin seikkoihin paneutuvan luvun välille.

Seuraavaksi kuitenkin esittelen sosiaalisia käytäntöjä, jotka liittyvät metodologiaosuudessa esittelemiini käyttäjäyhteisöihin.

### *Keskustelufoorumit – vuorovaikutuksen sydän*

Havaintojeni perusteella suurin osa varsinaisesta vuorovaikutuksesta käyttäjien välillä käyttäjäyhteisöissä tapahtuu erilaisten keskustelufoorumien kautta. Esittelen tämän luvun sosiaalisia käytäntöjä juuri keskustelufoorumien vuorovaikutuksen ja rakenteiden kautta. Lähtökohta foorumeilla on se, että sinne käyttäjä voi perustaa keskusteluaiheen, johon kiinnittää omia linkkejään, käyttäjänovaatioitaan ja usein myös kuvia tai videoita. Näihin luotuihin keskusteluaiheisiin muut käyttäjät voivat useimmiten vastata vapaasti, jolloin käyttäjien välille syntyy keskustelua.

Tarkastelemissani käyttäjäyhteisöissä keskusteluihin osallistuminen vaati rekisteröitymisen keskustelufoorumien käyttäjäksi. Tämä on täysin ilmaista, mutta antaa keskustelupalstan hallinnoijille eli moderaattoreille mahdollisuuden ylläpitää järjestystä foorumeilla poistamalla häiritseviltä käyttäjiltä kirjoitus- tai lukuoikeudet keskustelupalstalle. Kaikilla, paitsi Neverwinter Nights –pelin käyttäjäyhteisöllä (<http://nwwvault.ign.com/>), oli myös joko kirjoitetut tai moderaattoreiden julkilausumat säännöt, joita käyttäjien oletettiin noudattavan. Näiden sääntöjen rikkomisesta yleisin rangaistus on kirjoitusoikeuksien menettäminen määräajaksi tai pysyvästi.

Näillä käyttäjäyhteisöjen keskustelupalstoilla on valtava määrä keskustelua aiheesta jos toisesta. Selvin havainto on kuitenkin, että käyttäjäyhteisöjen vuorovaikutus on hyvin kaukana puhtaasta teknisestä ongelmanratkaisusta ja perinteisestä kysymys-vastaus – formaatista, kuten Sowe et al. (2007) artikkelissaan asian yksinkertaistavat. Luonnollisesti

myös tämänkaltaista keskustelua foorumeilta löytyy, mutta se on ainoastaan yksi monista keskustelun muodoista foorumeilla.

Jo ensisilmäyksellä voidaan havaita, että keskustelua kaikista pienimmälläkin tutkimallani foorumilla, eli Mount & Bladen –pelin käyttäjäyhteisössä (<http://forums.taleworlds.net/>), on valtavasti. Tämän vuoksi kaikilla foorumeilla on havaittavissa tietynlainen rakenne, joissa on havaittavissa monelta osin paljon yhtäläisyyksiä. Poikkeuksena tästä kaavasta on kuitenkin Neverwinter Nightsin –pelin käyttäjäyhteisö, joka ei ole käyttäjälähtöisesti organisoitu käyttäjäyhteisö, vaan enemmän käyttäjännovaatioiden ja muiden resurssien jakoon keskittynyt yhteisö. Palaan käsittelemään tätä seikkaa hieman myöhemmin.

### *Keskustelufoorumien rakenne*

Käyttäjyhteisöjen keskustelupalstojen rakenne ei ole ainoastaan keskittynyt julkaisemaan ja keskustelemaan käyttäjännovaatioista. Keskustelufoorumien rakenne on omien havaintojeni mukaan huomattavasti kokonaisvaltaisempi, missä käyttäjännovaatiot ovat ainoastaan yksi osa kokonaisuutta.

Yhtä poikkeusta lukuun ottamatta, kaikki havainnoimani käyttäjäyhteisöt selvästi jakoivat puheenaiheet neljään suureen kategoriaan: 1. Yleiseen keskusteluun emopelistä 2. Keskusteluun käyttäjännovaatioista 3. Keskusteluun käyttäjännovaatioiden luonnista sekä innovaatiotyökaluista 4. Keskusteluun peliin liittymättömistä aiheista.

Kyseinen jaottelu on erittäin pragmaattinen, sillä se kohdentaa eritasoisen ja erityyppisen keskustelun selvästi erillisiin kategorioihinsa. Tämä yhdistelty ratkaisu mahdollistaa ja helpottaa kaikenlaista keskustelua keskustelufoorumilla. Tämä mahdollistaa suuremman käyttäjäpohjan, ja täten suuremman käyttäjäyhteisön. Se myös mahdollistaa käyttäjän kiinnostuksen kehittymisen pelkän emopelin piiristä myös kohti käyttäjännovaatioiden käyttämistä tai jopa luomista (mukaillen Jeppesen & Molin, 2003, kuvio, s. 369). Jaottelu myös säästää selvästi aikaa, koska selvät kategoriat ohjaavat käyttäjää kysymään ohjeita tai antamaan ehdotuksia oikeaan paikkaan. Se myös luonnollisesti auttaa käyttäjiä tai käyttäjännovaattoreita löytämään itselleen tärkeitä keskustelunaiheita, jolloin myös heidän kulunsa ajankäytön suhteen pienevät (kts. Baldwin, Hienerth & von Hippel (2006)).

Mitä pelituotteeseen tai käyttäjännovaatioihin liittymättömiin keskusteluihin tulee, niin näkisin niiden funktion olevan puhtaasti sosiaalinen. Näen, että käyttäjäyhteisöt eivät ole läheskään niin puhtaan pragmaattisia kuin voisi kuvitella. Näen, että käyttäjäyhteisöt ovat huvien ja hyödyn yhdistäviä kokonaisuuksia, joissa on erittäin vahva sosiaalinen ulottuvuus. Käyttäjäyhteisöjä voisikin luonnehtia tietyn teeman ympärille rakentuneeksi klubiksi, jossa samoista asioista kiinnostuneet ihmiset tapaavat. Näkisin, että havainnoimani täysin vapaamuotoinen keskustelu toimii tietynlaisena sosiaalisena liimana yhteisössä. Tämä ajattelutapa seurailee Hertel et. al (2003) tutkimusta, joka korostaa sosiaalisten motiivien merkitystä käyttäjäyhteisöön kuulumisessa.

Käyttäjäyhteisöjen rakenteet antavat vahvan kuvan siitä, että kyseessä on paljon muutakin kuin pelkkä jakelukanava käyttäjännovaatioille. Yhdeltä kannalta rakenne tekee helpoksi löytää ja ladata käyttäjännovaatioita, ja toiselta kannalta käyttäjäyhteisö vaikuttaisi myös toimivan ikään kuin käyttäjien yhteisenä oleskelutilana ja olohuoneena. Jos rakenteet osoittavat merkkejä tähän suuntaan, niin seuraavaksi on minusta järkevää katsoa, mitä käyttäjät hakevat yhteisöistä käyttäjännovaatioiden kannalta.

### *Käyttäjäinnovaatiot ja käyttäjät – mitä pelaajat haluavat?*

Tulen käsittelemään seuraavissa luvuissa tarkemmin tyyliä ja tapoja, joilla käyttäjät keskustelevat keskustelufoorumeilla käyttäjännovaatioista. Tässä osiossa kuitenkin tarkastelen hieman yleisemmin, mistä käyttäjät oikein käytännössä puhuvat ja mitä he haluavat foorumeilta käyttäjännovaatioiden suhteen.

Ensimmäinen pääasiallinen keskustelunaihe ja tavoittelun kohde on luonnollisesti itse käyttäjännovaatiot. Yleisin havaitsemani menetelmä julkaista käyttäjännovaatio käyttäjäyhteisöissä on itse käyttäjännovaation luoja avaama keskustelu, jossa hän esittelee luomansa käyttäjännovaation ja sen ominaisuudet. Samalla hän asettaa sen ladattavaksi kaikille halukkaille. Tämä lyhyt kuvaus käytännöstä jo itsessään täyttää von Hippelin (2007) asettamat raamit toimivalle käyttäjännovaatioyhteisölle eli 1. Jotkut käyttäjät innovoivat 2. Jotkut käyttäjät paljastavat innovaationsa 3. Käyttäjillä on mahdollisuus luoda oma kopio innovaatiosta. Käyttäjäinnovaatiot siis useimmiten julkaistaan keskustelufoorumeilla, jossa ne ovat myös innokkaan keskustelun kohteena.



Toinen havaitsemani toimintatapa käyttäjien puolelta oli kysellä lisätietoja käyttäjännovaatioista. Tämä useimmiten johtui heidän kohtaamistaan ongelmistaan tai tilanteista, joista he tarvitsivat lisätietoa. Alla on perinteinen esimerkki Mount & Blade –pelin erääseen modiin liittyvästä käyttäjäkysymyksestä:

*I just started this mod and I think its great, got a couple of questions though that I couldn't find answers to.*

*1. Character creation. What does each option add? Because I tried to create serveral characters and the only thing that seemed to make a difference statwise was whether I chose infantry cavalry or skirmisher. and noble just added a banner. whats the point of going commoner? and do the other options like where you were born add any benefits?*

Johon kokeneempi käyttäjä jo seuraavassa viestissä tarjoaa tyydyttävän vastauksen:

*1. Yes, that is what the character creation do, it makes your base stats, it also changes you inventory depending on your, class ie, skirmisher would get a bow whilst and infantry gets a axe and a shield going noble so far of what i know only gets you a banner.*

Tämä on ehkä yleisin toimintatapa käyttäjiltä vuorovaikuttaa toistensa kanssa, kun kysymyksessä on käyttäjännovaatiot. Toinen variaatio tästä toimintatavasta, joka oli myös huomattavissa usein keskustelufoorumeilla, on kysyä muiden käyttäjien mielipiteitä erinäisistä pelimekaniikkaan liittyvistä asioista ja valinnoista. Hyvin perinteinen esimerkki mielipidekysymyksestä on alla (lähde: [www.twcenter.com](http://www.twcenter.com)):

*Which melee unit you guys think is the strongest one? I already know the unbeatable unit. Which overpowers all other units, sometimes without even losing 10-20 percent of their numbers?*

Kolmas variaatio tästä teemasta on, että käyttäjät hyvin innokkaasti antavat palautetta ja ehdotuksia käyttäjännovaattoreille. Palaute ja ehdotukset yleensä nähdään foorumeilla hyvin tärkeiksi ja ne useimmiten erotetaan erikseen muista keskustelunaiheista, jotta ne eivät huku

yleiseen puhetulvaan. Monien käyttäjänovaatioiden kohdalla käyttäjien ehdotukset ovat eräitä pääpuheenaiheita itse käyttäjänovaatioiden julkaisuketjujen ohella.

Kaiken kaikkiaan, tarkkailemani nettikeskustelut käyttäjänovaatioiden teemoilta noudattelivat hyvin pitkälti Jeppesenin & Molinin (2003) havainnoimaa foorumeiden keskustelurytmiä. Siinä avun tai tiedon tarpeessa oleva käyttäjä saa vastauksia usealta taholta erilaisista ratkaisuksista, joiden paremmuudesta usein käydään pitkiäkin keskusteluita. Omat löydökseni olivat siten varsin yhdenmukaisia heidän löydöstensä kanssa.

Edellä havainnoidut seikat noudattelevat varsin hyvin aiemmassa kirjallisuudessa tehtyjä havaintoja siitä, miten käyttäjät keskustelevat toistensa kanssa (mm. Jeppesen & Molin (2003); Sowe, Stamelos & Angelis (2007)). Edellä mainitut seikat ovat varsin pragmaattisesti painottuneita. Niissä etsitään selvästi hyötyä, tietoa ja tuotoksia, eli asioita joita myös muun muassa Shah (2006) ja Hertel et al. (2003) ovat artikkeleissaan havainnoineet. Nämä artikkelit ovat keskittyneet käsittelemään pelialan käyttäjänovaatioiden lähisukulaista eli Open Source –projekteja. Onnistuin kuitenkin myös löytämään hyvin mielenkiintoisen poikkeavan piirteen pelimaailman käyttäjäyhteisöistä. Tiedon ja tuotosten lisäksi käyttäjät myös hyvin vahvasti etsivät käyttäjänovaatioihin ja peleihin liittyvää kokemuksellisuutta ja kokemuksia.

Tämä on hyvin yleinen ilmiö ja se ilmenee hyvin monissa muodoissaan kaikissa havainnoimissani käyttäjäyhteisöissä. Esimerkkien kautta tämä käyttäjäyhteisöjen ulottuvuus aukenee huomattavasti paremmin. Otan ensimmäiseksi esimerkiksi Mount & Blade –pelin erään modin. Modin omalla keskustelupalstalla eräs pelaaja perusti keskusteluaiheen, jossa pelaajien tarkoitus oli kertoa omista peliin liittyvistä seikkailuista ja sankaritarinoista. Tämä ei ole vahvasti pragmaattista toimintaa, vaan enemmänkin juuri kokemusten jakoa ja muiden kokemuksista nauttimista yhteisöllisessä mielessä. Vastaavia esimerkkejä löytyy myös muista käyttäjäyhteisöistä. Esimerkiksi Total War –pelin käyttäjänovaatioihin keskittyvässä käyttäjäyhteisössä ([www.twcenter.net](http://www.twcenter.net)) vastaavanlaista yhteisöllistä kokemuksellisuutta edustivat viihdyttävään tarinalliseen muotoon kirjoitetut kuvaukset pelin sisäisistä tapahtumista ja sotaretkistä. RFactor-autosimulaattorin käyttäjäyhteisössä ([www.rfactorcentral.com](http://www.rfactorcentral.com)) tätä kokemuksellisuutta puolestaan edustivat käyttäjien jakamat videot kilpailuistaan sekä nauhoitetut kokonaisuudet pelaajien välisistä ajoturnauksista, joiden nauhoituksia kuka tahansa saattoi katsoa kuin oikeaa kisalähetystä.

Argumentoin, että tämän kaltainen yhteisöllinen kokemuksellisuus parantaa myös itse käyttäjännovaatioista, ja mahdollisesti myös emopelistä, saatavaa kokemusta. Nämä tavat jakaa kokemuksia pelkän tiedon sijasta varmastikin tuovat pelaajia yhteen eri tavoin kuin puhdas pragmaattinen tiedonetsintä. Näkisin, että tämä empiirinen löydös vahvistaakin omaa aiempaa väitettäni siitä, että käyttäjännovaatioiden merkitys ja niin sanotut hyödyt liittyvät juuri kokemuksiin, joita ne pystyvät käyttäjille tarjoamaan. Tämä erottaa pelialan käyttäjännovaatiot erittäin vahvasti muun ohjelmistoalan Open- tai Closed Source – projekteista.

Havaintojeni mukaan edellä mainitut tavat olivat pääasiallisia vuorovaikutuskäytäntöjä käyttäjien puolelta. Löydökset olivat pääosin linjassa aiempien tutkimusten tarjoaman tiedon kanssa, mutta tarjosivat kuitenkin kokemusten puolella yhden kiinnostavan uuden ulottuvuuden tutkittavaksi. Seuraavaksi tarkastelen hieman yksityiskohtaisemmin, miten käyttäjännovaatioista keskustellaan.

### *Miten käyttäjännovaatioista puhutaan?*

Tämän tarkastelun tein seuraamalla kussakin havainnoimassani käyttäjätöryhmissä useita käyttäjännovaatioiden julkaisukeskusteluja, joissa käyttäjännovaattori esittelee ja julkaisee saataville tuotoksensa. Keskityn tässä tapauksessa suuriin A-luokan modeihin, joita Arakji & Lang (2007) kuvaavat M2-luokan modeiksi, eli ammattimaisesti tehdyiksi ja suosituiksi käyttäjännovaatioiksi. Useimmissa tapauksissa julkaisukeskustelulla on useita tukikeskusteluja, joihin kuuluu useimmiten palaute- ja ehdotuskeskustelut sekä lähes kaikissa tapauksissa bugien raportointi käyttäjien toimesta.

Keskityn tarkastelemaan julkaisuketjuja, jossa itse käyttäjännovaatio julkaistaan. Liki poikkeuksetta keskustelu alkaa sillä, että käyttäjännovaation luoja esittelee ja usein myös pienimuotoisesti mainostaa tuotostaan kertomalla sen poikkeavista ominaisuuksista, ja mitä parannuksia se tuo emopeliin nähden. Useimmiten luojat myös tekevät jonkinlaisen yhteenvedon siitä, miten käyttäjännovaation uusin versio eroaa edellisistä versioista ja mitä uutta se tuo peliin. Useimmiten näiden seikkojen jälkeen julkaisija tuo myös ilmi mahdolliset ongelmat ja epäkohdat, joista käyttäjien tulisi tietää. Tämän jälkeen useissa tapauksissa julkaisija kiittää kaikkia yhteistyökumppaneita, jotka tavalla tai toisella ovat osallistuneet

käyttäjännovaation tekemiseen. Luonnollisesti mukana on myös linkki, josta käyttäjä pystyy lataamaan tuotoksen omalle koneelleen ilmaiseksi.

Kyseessä ei siis missään nimessä näyttäisi olevan yksinkertainen prosessi, jossa käyttäjännovaattori vain sijoittaa tuotoksen yhteiseen tietovarastoon (repository) muiden saataville, vaan julkaisu on nimenomaan yleisötapahtuma, joka erityisesti suurten ja laadukkaiden modien kohdalle noteerataan myös netin muissa käyttäjäyhteisöissä. Laadukkaat pelialan käyttäjännovaatiot ovat hyvin harvoin mitään raakakoodia tai puolittaisia testiviritelmiä, vaan useimmiten julkaistavat tuotokset ovat varsin hiottuja paketteja, joilla on selvä, dokumentoitu tarkoitus. Julkaisu vaikuttaisi olevan hyvin järjestelmällinen tapahtuma, tai ainakin siitä tulee sellainen käyttäjännovaation kehittyessä edelleen.

Miten keskustelu jatkuu julkaisun jälkeen? Näkisin, että käyttäjät ovat erittäin rohkaisevia ja kannustavia käyttäjännovaatioiden julkaisijoita kohtaan. Yleisesti ottaen käyttäjännovaatioita lähestytään erittäin positiivisessa hengessä, julkaisijaa kiitetään hyvin tehdystä työstä ja tuotosta kehutaan usein hyvinkin estoitta. Miten paljon itse julkaisija osallistuu keskusteluun, vaihtelee havaintojeni mukaan suuresti. Joissain tapauksissa hän vastailee suoraan käyttäjien kysymyksiin, joskus hän vain tyytyy kirjoittamaan alun julkaisuviestin. Varsin useat viestit juuri julkaisukeskusteluissa osoitetaan suoraan käyttäjännovaation julkaisijalle.

Käyttäjät useimmiten myös keskustelevat ja pyytävät apua kaikista polttavimpiin ongelmiin julkaisuketjuissa. Viestien sävy on kuitenkin näissäkin tapauksissa johdonmukaisesti hyvin kohtelias ja ystävällinen. Toiveet käyttäjännovaation mahdollisista parannuksista esitetään yleensä toivomuksina, ei niinkään vaatimuksina.

Suoranaisia hyökkäyksiä käyttäjännovaatioita kohtaan tai varsinaista mustamaalaamista ketjuissa ei havaintojeni mukaan esiinny. Kritiikki, jota käyttäjät esittävät on usein hyvin perusteltua ja kohdentuu useimmiten juuri oikeisiin olemassa oleviin ongelmiin, ei niinkään mielipide-eroihin tai henkilökohtaisiin erimielisyyksiin. Tästä tosin aiheutuu se, että varsinaista kiistelyä tai kiihkeämpää keskustelua ei käyttäjännovaatioista havaintojeni mukaan päässyt juurikaan syntymään. Kuten Baldwin et al. (2006) artikkelissaan toteavat,

käyttäjyhteisöissä ja käyttäjännovaatioiden parissa ei-kilpailullisuus on erittäin vahva tendenssi, joka pitää yhteisön yhdessä ja yhteistyökykyisenä.

Ystävällinen ja rohkaiseva suhtautuminen käyttäjännovaatioihin onkin omiaan antamaan onnistumisen tunteita ja hyvää palautetta innovaattoreille. Tämän elementin Shah (2007, s. 1008) näkee erityisen tärkeäksi juuri harrastajataustaisille käyttäjännovaattoreille, joiksi liki kaikki pelialan käyttäjännovaatioiden tuottajat voidaan laskea.

Tarkastelen vielä tämän osuuden lopuksi hieman, miten käyttäjännovaatioiden tuottajat keskustelevat keskenään käyttäjännovaatioiden kehittämiseen ja työkaluihin keskittyneillä keskustelualueilla. Keskustelutapa on hyvin samantyylistä kuin käyttäjien ja innovaattoreiden välillä käyttäjännovaatioiden julkaisuketjuissa. Vuorovaikutus on kuitenkin arvattavasti käyttäjännovaatioiden kehitysvaiheessa huomattavasti tiheämpää sekä vastavuoroisempaa ja kysymykset ovat huomattavasti tarkennetumpia. Yksipuolista kommentointia ja yleistä jutustelua havaitsin käyttäjännovaattoreiden välillä vähemmän kuin käyttäjien välisissä keskusteluissa. Luonnollisesti myös käsitellyt asiat olivat huomattavasti teknisempiä. Yhteistyö ja verkottuneisuus vaikuttivat tarkastelemieni käyttäjyhteisöjen pohjalta olevan hyvin korostettua ja yhteisön jäsenet olivat erittäin auttavaisia ratkomaan toistensa pulmia vastavuoroisesti. Tämä vastaa hyvin vahvasti Sowen et al. (2007) artikkelissaan kuvailemaa Open Source –kehittäjien yhteisöä, jossa vastavuoroisuus ja tiedon jakaminen on erittäin tärkeässä roolissa. Yhteisössä myös roolit voivat luonnollisesti vaihtua tiedon tarjoajan ja tiedon etsijän välillä hyvin saumatta luontevan yhteistyökanavan ansiosta.

Näistä eroista huolimatta keskustelun tyyli oli erittäin samantyylinen kuin yllä mainituissa julkaisuketjuissa, eli pääosin hyvin kohtelias, kannustava ja asiallinen. Kuten metodologiaosuudessani totesin, tarkastelin tässä tapauksessa parhaita löytämiäni käyttäjyhteisöjä (kts. luku 5.4, s. 74), joissa tarkastelin hyvin laadukkaiden käyttäjännovaatioiden julkaisu- ja kehittämiskeskusteluita. Asia saattaa olla hyvinkin erilailla riitaisammassa yhteisöissä tai huonolaatuisten käyttäjännovaatioiden suhteen. Tämä on itseltäni kuitenkin tietoinen valinta, koska pyrin kuvaamaan käytäntöjä, jotka synnyttävät ja tukevat laadukkaita käyttäjännovaatioita.

## *Hierarkia, palkitseminen ja huippukäyttäjät*

Tämän luvun viimeisessä osuudessa tulen käymään läpi tarkemmin onko käyttäjäyhteisöissä nähtävissä tietynlaisia käytäntöjä tai toimintatapoja hierarkian suhteen. Scacchi (2004) artikkelissaan toteaa, että käyttäjäyhteisöissä useimmiten vallitsee *verkostoitunut kerroksellinen meritokratia* (interlinked layered meritocracy). Tämä tarkoittaa sitä, että käyttäjäyhteisöt koostuvat toimijoiden verkostoista, joiden paikka yhteisössä määrittyy heidän taitojensa ja panoksensa suhteen yhteisön toiminnassa. Tämä on erittäin hyvä lähtökohta lähteä tutkimaan käyttäjäyhteisöjen käytäntöjä. Tämä on myös erinomainen mahdollisuus yhdistää huippukäyttäjät (lead-users) käyttäjäyhteisön hierarkkiseen rakenteeseen, jos sille löytyy tukea aineistosta. Hierarkian lisäksi tulen myös analysoimaan, mitä palkitsemismenetelmiä käyttäjäyhteisöissä on implementoitu parhaiden käyttäjäinnovaatioiden tunnustamiseksi.

Huippukäyttäjiksi työssäni lasken käyttäjät, jotka ovat tehneet muiden käyttäjien näkökulmasta erittäin laadukkaita, suosittuja ja emopeliä uudistavia modeja. Tutkin ensin, mikä on heidän asemansa tarkastelemisani käyttäjäyhteisöissä. Useimmat käyttäjäyhteisöt käyttävät näkyviä merkkejä siitä, kuinka korkeassa asemassa henkilö on yhteisössä. Tämä näkyy useimmiten erilaisten titteleiden, kunnianosoitusten ja laskettujen viestien määrässä. Näiden sinänsä yksinkertaisten indikaattoreiden mukaan voidaan tietysti määrin laskea henkilön asema yhteisön hierarkiassa.

Havaintojeni perusteella huippukäyttäjät ovat käyttämäni indikaattoreiden mukaan hyvin korkeassa asemassa. Mount & Blade –pelin käyttäjäyhteisössä liki jokaisella laskemallani huippukäyttäjällä oli moderaattorin arvonimi, joka tarkoittaa että heillä on valtaa että vastuuta yhteisön hallinnoimisessa. Myös laskettujen viestin määrässä kaikilla havainnoimillani sivustoilla huippukäyttäjät olivat erittäin pitkän linjan jäseniä käyttäjäyhteisöissä.

Näkisin, että palkinnot, tunnustukset ja hierarkia sulautuvat pelialan käyttäjäyhteisöjen tapauksessa varsin sulavasti yhteen. Moderaattoreilla on tietynlainen mahdollisuus pakkovallan käyttöön yhteisöissä, mutta sitä useimmiten käytetään ainoastaan väärinkäytösten ehkäisyyn, ei niinkään vallan välineenä. Hierarkiaan yhdistetään useimmiten vallan käsite, mutta tässä tapauksessa valta kohdistuu enemmän asioihin kuin ihmisiin, koska käyttäjät ovat pääasiassa vapaita tekemään mielensä mukaan yhteisön sääntöjen puitteissa. Hierarkiassa

korkeammalla olevat jäsenet kuitenkin voivat vaikuttaa huomattavasti enemmän omiin tai yhteisönsä asioihin.

Ihmisiin kohdistuva valta vaikuttaisi olevan enemmänkin maineen tuomaa mielipidevaltaa. Palkinnot, kunnianosoitukset ja näkyvyys taas tuovat juuri tätä mainetta, joka myös usein näkyy hyvin näyttävästi käyttäjän profiilissa. Etenkin Total War –pelien käyttäjäyhteisössä käytetään kiehtovan monipuolisia titteleitä ja palkintoja tunnustamaan pätevien käyttäjien ansioita. Huippukäyttäjillä havaitsin olevan yleensä erittäin lukuisia erilaisia ansiomerkkejä, jotka todistavat heidän ansionsa käyttäjäyhteisön jäsenenä ja täten korottavat heidän mainettaan sekä asemaansa yhteisön hierarkiassa. Argumentoin siis voimakkaasti sen puolesta, että palkinnot ja kunnianosoitukset merkkäävät erittäin paljon käyttäjän aseman puolesta käyttäjäyhteisön hierarkiassa. Täten huippukäyttäjät havaintojeni mukaan myös aktiivisesti osallistuvat myös muuhun käyttäjäyhteisön toimintaan ja hallintointiin. Palkitsemisen merkityksen vuoksi onkin hyvä jatkaa hieman tarkemmin erilaisista palkitsemiskäytännöistä yhteisöissä.

Palkitsemisessä oli selvästi havaittavissa tiettyjä trendejä. Perustaso palkitsemisessä oli indikaattori siitä, miten paljon käyttäjä on kirjoittanut viestejä foorumeille. Tämä on aktiivisuuden mittari, mutta kertoo myös tietyllä tasolla kuinka kokenut ja pitkäaikainen käyttäjäyhteisön jäsen on kyseessä. Useimmiten havainnoimissani yhteisöissä yhteisöt eivät kuitenkaan tyytyneet vain esittämään lukuja henkilön aktiivisuudesta, vaan useimmiten kirjoittamisaktiivisuuteen oli myös liitetty mielikuvituksellinen titteli ja mahdollinen graafinen ikoni tittelistä. Tämä titteli muuttui sitä hienommaksi, mitä enemmän käyttäjä oli osallistunut foorumilla käytäviin keskusteluihin. Useimmiten titteli liittyi teemallisesti käyttäjäyhteisön pelin aiheeseen, jonka argumentoin luovan tietynlaista yhtenäistä ilmapiiriä ja kokemuksellisuuden tunnetta yhteisöön. Alla on muutamia esimerkkejä siitä, millaisia ”arvonimiä” erinäisillä foorumeilla on annettu aktiivisesta kirjoittamisesta.

*Mount & Blade -käyttäjäyhteisö (teema: Keskiaikainen toimintaseikkailupeli):*

*Titteleitä: Recruit, Regular, Sergeant-at-arms, Knight, Grandmaster knight jne.*

*Total War –pelisarjan käyttäjäyhteisö (teema: Historian eri aikakausiin sijoittuvat sotapelit)*

*Tittleitit: Ensign, Drummer & Fifer, Colour Sergeant, Quartermaster Sergeant, Brigadier jne.*

Voidaan todeta, että nämä tittelit ovat palkintoja aktiivisuudesta ja käyttäjäyhteisöön kuulumisesta. Voidaan olettaa, että ne asettavat omalla tavallaan jäseniä tiettyyn hierarkkiseen järjestykseen, mutta tämän asian todistaminen vaatisi syvempää tutkimusta asian tiimoilta.

Aktiivisuustittelit eivät kuitenkaan ole palkintoja saavutuksista ja tuotoksista. Nämä ovat usein tyystin erillisiä kokonaisuuksia. Varsinaisten saavutusten palkitseminen vaihteli tarkastelemissani yhteisöissä varsin paljon. Eräässä palkintoja jaeltiin hyvin monista erilaisista toimista, kun taas toisessa ääripäässä ainoa näkyvä indikaattori oli edellä mainittu kirjoittamisaktiivisuus.

Nämä saavutuksiin ja ansioihin perustuvat palkinnot näkyivät käyttäjien tiedoissa parhaassa tapauksessa hyvin selvästi ja niiden merkitys oli selvästi esillä. On myös hyvin merkittävää, että käyttäjäinnovaatio että innovaation luoja molemmat saivat osakseen palkinnon.

Esimerkiksi *Neverwinter Nights* –pelin käyttäjäyhteisössä erinomaisille modeille jaettiin monia erilaisia vuotuisia palkintoja kulta-, hopea- ja pronssisijoineen sekä kunniamainintoja erityisen laadukkaille tuotoksille. Tämän lisäksi myös itse tuotoksen luoja sai myös itse käyttäjätietoihinsa selkeän merkinnän omista ansioistaan käyttäjäinnovaatioiden tuottajana. Tämä antaa arvoa tuotoksilla sekä huippukäyttäjille, ja auttaa heitä erottautumaan muista käyttäjistä.

Tämä sama mekanismi toimii myös *Total War* –pelin käyttäjäyhteisössä. Siellä tosin annettiin tunnustuksia ja palkintoja myös monista muistakin yhteisöllisistä aktiviteeteista, kuten laadukkaista kirjoituksista, hyvästä moderoinnista ja sivuston sisällön päivittämisestä. Nämä monipuoliset palkitsemistavat nostavat esiin yhteisölle arvokkaita mutta hohdottomia aktiviteetteja, jotka ilman tunnustuksen mahdollisuutta voisi jäädä hoitamatta. Tämänkaltaiset palkitsemiskeinot saattavatkin olla eräs tapa, miten käyttäjäyhteisöt voivat vastata muun muassa Lakanin & von Hippelin (2003) esille tuomaan virtuaalisten yhteisöjen ja projektien vähemmän suosittujen askareiden ongelmaan.

Nimeän nämä palkinnot ja kunnianosoitukset sosiaalisiksi virtuaaliartifakteiksi. Ne vastaavat ikään kuin oikean maailman materiaalisia tunnustuksia esimerkiksi työelämässä. Esimerkiksi



oltuaan tietyn ajan yrityksen palveluksessa, saa vaikkapa klassisen kultakellon. Toinen esimerkki voisi olla, että jos pääset parempaan asemaan organisaatiossa, saat suuremman toimiston. Samankaltaisia ovat myös virtuaaliset kunnianosoitukset ja palkkiot: hyvin eksplisiittisiä ja käyttäjää itseään koskevia. Ne antavat vahvaa signaalia muille käyttäjille käyttäjän asemasta yhteisössä. Mikä merkittävintä, havaintojeni perusteella huippukäyttäjät useimmiten erottuvat merkittävimiksi toimijoiksi, juuri palkintamekanismin ansiosta, jolloin heillä on myös oletettavasti parempi asema käyttäjäyhteisön löyhässä hierarkiassa.

Kaikki palkkiot eivät luonnollisesti liity pelkkiin virtuaaliartifakteihin. Eräs selvistä tavoista palkita huippukäyttäjä (tai huippukäyttäjätiimi) on antaa hänelle oma osio käyttäjäyhteisössä, joka on keskittynyt juuri hänen omiin tuotoksiinsa. Tämä antaa hänelle selvän ja sementoidun paikan foorumilla, jossa hänen panoksensa ei pääse hukkumaan muun kirjoittelun tietotulvaan. Omissa osioissaan huippukäyttäjät useimmiten julkaisevat tuotoksiaan, keräävät mielipiteitä ja pitävät yllä keskustelua käyttäjäinnovaatioihinsa liittyvistä seikoista.

Muita havaittuja tapoja palkita laadukkaat käyttäjäinnovaatiot on nostaa niitä esille käyttäjäyhteisön etusivulla ja mainostaa niitä näkyvästi sivuston ylläpidon toimesta. Luonnollisesti myös näkyvät ja menestykselliset arvostelut parhaista käyttäjäinnovaatioista ovat palkinto sinänsä, mutta niillä on luonnollisesti myös kääntöpuolensa, jos arvostelumenestys on kehnonlainen.

Eräs yleinen tapa on myös käyttäjäpohjainen arviointijärjestelmä, jonka perusteella myös monet palkinnot myönnetään tuotoksille sekä tuottajille. Tämä myös on erinomainen menetelmä, jolla heikkolaatuinen käyttäjäs sisältö voidaan erotella korkealaatuisista innovaatioista, minkä seikan myös harrastajat toivat selvästi esille tekemässäni kyselyssä. Luonnollisesti on hyvin palkitsevaa, jos käyttäjät ovat arvioineet tuotoksen erittäin korkealle omassa käyttäjäyhteisössään. Tämä myös jälleen lisää tuotoksen luojaan mainetta, jonka argumentoin vahvasti liittyvän statukseen ja asemaan hierarkiassa käyttäjäyhteisöissä.

### *Yhteenveto*

Tässä luvussa olen pyrkinyt esittelemään käyttäjäyhteisöiden sosiaalisia käytäntöjä konkreettisella käytännön tasolla. Käytännöt, jotka valitsin, olivat käytäntöjä, jotka olivat

yhteisiä useimmille tarkastelemilleni yhteisöille. Kuvaamani käytännöt olivat myös hyvin vahvoja, joten niiden yleistettävyyks on mielestäni varsin hyvä. Sosiaaliset käytännöt virtuaaliyhteisöissä ovat erittäin kiinnostava tutkimuksenaihe, joita pyrin pelialan käyttäjäinnovaatioiden kannalta esittelemään tässä luvussa. Itse näen, että tämä aihepiiri tarjoaa aivan erinomaisia jatkotutkimuksen aiheita asiasta kiinnostuneille.

Mitä sitten sain selville sosiaalisista käytännöistä? Käyttäjyhteisöt ovat hyvin kaukana silkoista teknisistä konstruktioista. Yhteisöiden keskustelupalstat ovat käyttäjäinnovaatio toiminnan sydän, missä käyttäjät sekä innovaattorit keskustelevat monipuolisesti harrastuksestaan ja peleistä sekä niihin liittyvistä käyttäjäinnovaatioista. Yhteisöt ovat myös yhteisiä tiloja, joissa ihmiset viettävät aikaansa ja keräävät uusia kokemuksia. Tiedonhaku ja -tarjonta ovat olennainen osa käyttäjyhteisöiden toimintaa, mutta myös yleinen sosiaalinen jutustelu ja kanssakäyminen ovat myös erittäin tärkeä osa käyttäjyhteisöiden toimintaa.

Hierarkia ja organisaatiotapa on havaintojeni mukaan hyvin pitkälti samanlainen kuin Scacchi (2004) artikkelissaan mainitsi. Erityisesti kirjallisuusosiossani Moonin & Sproullin (2002) esittelemä kuvaus virtuaalisten käyttäjyhteisöjen hyvästä organisaatiotavasta olivat erittäin paikkansa pitäviä pelialan myös käyttäjyhteisöjen suhteen. Oman tulkintani mukaan juuri von Hippelin (1986) kuvailemat huippukäyttäjät (lead-users) ovat hierarkian huipulla käyttäjyhteisöissä. Yhteisöt eivät juuri käytä pakkovaltaa, mukaillakseni Scacchin (2004) artikkelia, vaan valta perustuu enemmänkin juuri maineeseen, kokemukseen ja meriitteihin. Nämä ovat myös ominaisuuksia, jotka pystytään hyvin yhdistämään huippukäyttäjiin. Monipuolisten palkitsemiskäytäntöjen myötä huippukäyttäjät pystyvät myös erottautumaan normaaleista käyttäjistä heille myönnettyjen erilaisten sosiaalisten virtuaaliartifaktien avulla. Näitä ovat muun muassa palkinnot laadukkaista käyttäjäinnovaatioista ja muusta käyttäjyhteisölle hyödyllisestä toiminnasta.

Kiinnostavimpana seikkana tarkastelemistani havainnoista jäi kuitenkin mieleen, kuinka vahva linkki huippukäyttäjien ja käyttäjyhteisön toiminnan välillä oli. Tämä taatusti olisi myös hyvin kiinnostava aihe tutkia tulevaisuudessa.

### 7.3 Käyttäjännovaatioiden tekniset käytännöt

Tämän luvun tarkoituksena on tutkia, mitä käytäntöjä liittyy pelialan käyttäjännovaatioiden tekniseen organisointiin, teknisiin työkaluihin ja miten käyttäjännovaatioita pystytään teknisesti tukemaan. Tämä osuus keskittyy nimenomaisesti siihen, mitä sosiaalisten käytäntöjen ulkopuolella käyttäjyhteisöjen ja käyttäjännovaatioiden suhteen tapahtuu. En kuitenkaan käsittele aihetta puhtaasti teknisesti, sillä fokukseni on edelleen, miten tekniset käytännöt tukevat käyttäjännovaatioita.

#### *Käyttäjyhteisöiden tekninen organisointi*

Kuka hallinnoi tai omistaa käyttäjyhteisöt? Ovatko käyttäjyhteisöt von Hippelin (2007) kuvaamia käyttäjien hallinnoimia autonomisia kokonaisuuksia vai Westin & O'Mahonyn (2005) mainitsema peliyhtiöiden sponsoroimia välineitä? Havainnot näyttäisivät hyvin vahvasti viittaavan siihen suuntaan, että innokkaimmat käyttäjät luovat ja organisoivat itse omat käyttäjyhteisönsä. Havainnoimieni käyttäjyhteisöjen joukossa kolme neljästä käyttäjyhteisöstä on peliyhtiön ulkopuolisen osapuolen organisoimia. Ainoastaan Mount & Blade –pelin käyttäjyhteisö on itse peliyhtiön ylläpitämä. Laajemmalla tarkastelulla voidaan myös huomata, että hyvin suuri osa muista fokusryhmäni ulkopuolisista onnistuneista pelialan käyttäjännovaatioihin liittyvistä käyttäjyhteisöistä on käyttäjien itse organisoimia. Täten voidaan hyvin nähdä, että havainnot tukevat Westin & O'Mahonyn (2005) sekä von Hippelin (2007) ideaa yhteisölähtöisestä lähestymisestä sekä horisontaalisista innovaatioverkostoista (horizontal innovation networks), joissa pääasiallinen vastuu toiminnan käynnistämisestä on käyttäjillä itsellään. Kiinnostavasti yksi tapaus havaintojoukossa kuitenkin poikkeaa joukosta, sillä Neverwinter Nights –pelin käyttäjyhteisöä (<http://nvwvault.ign.com/>) pitää yllä kaupallinen IGN-pelisivusto, joka kiinnostavasti sekoittaa keitosta.

Tarkastellaan vielä hieman syitä, miksi todennäköisesti suurin osa yhteisöistä on käyttäjien omaa käsialaa. Jos palaamme takaisin tekemääni ammattikirjallisuuden analyysiin ja tekemiini haastatteluihin, niin havaitaan vahva trendi, joka ehkäisee peliyhtiöitä perustamasta omia sivustojaan käyttäjyhteisöjä varten. Haastatteluissa sekä ammattikirjallisuudessa nousi selvästi esille, miten tiukat tuotantorytmit ja aikataulut peliteollisuudessa on. Täten on hyvin

todennäköistä, että peliyhtiöt eivät käytä resursseja pysyvien yhteisöjen luomiseen. Yhteisöjen kehittäminen ja niiden ylläpito, ja muut niihin liittyvät seikat ovat hyvin aikaa vieviä.

Käyttäjät, ja etenkin huippukäyttäjät (Franke, von Hippel & Schreier (2006)), toimivat hyvin pitkälti oman harrastuneisuutensa, ilonsa ja innostuksensa pohjalta. Hertel et al. (2003) artikkelissaan toteavat, että harrastajat eivät yleensä koe kulutettua aikaa suurena kustannuseränä. Samaa tukee myös Prügl & Schreierin (2006) artikkeli, jossa todetaan pelien käyttäjännovaatioihin liittyvän ajankäytön olevan parhaimmillaan hyvinkin runsasta. Täten voimme helposti tehdä oletuksen, että käyttäjille pitkäaikaisten käyttäjäyhteisöjen hyödyt ovat suuret, koska niiden kautta he voivat jakaa kokemuksiaan, oppia pelistä lisää ja löytää uusia käyttäjännovaatioita. Vastaavasti kustannukset ovat pienet, koska suurin kustannuserä on ehdottomasti ajallinen, jos tietty tekninen taitotaso on vain saavutettu.

Kiinnostavana havaintona, poiketen peliyhtiöiden ja käyttäjien käynnistämistä käyttäjäyhteisöistä, on olemassa myös kolmannen osapuolen käyttäjäyhteisöt, kuten mistä Neverwinter Nights –pelin käyttäjäyhteisössä on kyse. Nämä eroavat rakenteeltaan jonkin verran käyttäjävetoisista yhteisöistä. Ensimmäkin huomioni kiinnittyi siihen, että kyseisissä kolmannen osapuolen yhteisöissä vuorovaikutus käyttäjien välillä ei ollut lainkaan yhtä suuressa roolissa kuin edellä mainituissa käyttäjävetoisissa yhteisöissä. Nämä yhteisöt olivat huomattavasti enemmän keskittyneitä jakamaan käyttäjännovaatioita sekä muita peliin liittyviä olennaisia resursseja. Nämä sivustot olivat myös keskittyneitä toimimaan ikään kuin risteyspaikkoina, jotka olivat laajalta verkostoituneita muiden kyseiseen peliin liittyvien yhteisöjen kanssa. Nämä yhteisöt, joita muun muassa ylläpitää IGN- sekä GameSpy –pelisivustot, ovat enemmän juuri käyttäjännovaatioiden säilyttämiseen ja jakamiseen keskittyneitä rakennelmia. Vuorovaikutuksellisia elementtejä toki myös oli, mutta ei läheskään käyttäjävetoisten yhteisöjen mittakaavassa.

Käyttäjännovaatioihin liittyvä kehitystyö vaikuttaisi kuitenkin liittyvän kaikista vahvimmin juuri käyttäjävetoisiin yhteisöihin, joissa vuorovaikutus on monipuolisempaa ja vilkkaampaa. Franke et al. (2006) toteavat tämän saman, sillä huippukäyttäjät usein katsovat erittäin hyödylliseksi, että heillä on myös yhteisö, jonka resursseja käyttää hyväksi.

### *Käyttäjänovaatioiden verkottuminen, päivitykset ja yhteensopivuus*

Käyttäjänovaatiot ja niiden luojat ovat hyvin vahvasti verkottuneita. Ne ovat verkottuneita keskenään, ne ovat verkottuneita emopelin kanssa ja projektit ovat myös useimmiten useamman ihmisen löyhiä verkostoja. Tässä osuudessa käyn läpi hieman tätä havaitun laajan verkottumisen käytäntöjä, sen hyötyjä ja haittoja. Tähän asiaan liittyvät myös hyvin kiinteästi pelien käyttäjänovaatioiden päivitykset sekä niiden yhteensopivuus muiden tuotoksien kanssa.

Aiemmin työssäni totesin, että pelialan käyttäjänovaatioita on hyvin monenlaisia. Kaikki niistä eivät ole itsenäisiä ohjelmistoja, joita voi käynnistää ja lopettaa tarvittaessa. Suuret totaaliset muunnokset ovat usein aivan omia, itsenäisiä kokonaisuuksiaan, mutta useimmat pienemmät modit integroituvat liki saumatta alkuperäiseen peliin ja toimivat usein myös muiden käyttäjänovaatioiden kanssa päällekkäin. Tämä ei kuitenkaan ole kokonaan huono asia, sillä tarkkaillessani käyttäjäyhteisöjä huomasin, että useat huippukäyttäjät käyttivät käyttäjänovaatioiden kykyä toimia toistensa kautta hyödykseen. Monista julkaistuista käyttäjänovaatioista käy ilmi, että niihin on käytetty myös muiden innovaattoreiden tuotoksia, jotta kaikkia käyttäjänovaation osa-alueita ei ole tarvinnut tehdä täysin alusta asti. Tämä tukee vahvasti Baldwinin et al. (2006) (myös Franke, Schreier & von Hippel (2006)) väitettä siitä, että käyttäjäyhteisöt pyrkivät etsimään yhdessä ratkaisuja ongelmiinsa, ja käyttävät siinä toistensa luomia ratkaisuita ja resursseja. Tällä he saavuttavat yhdessä paremman tuloksen kuin mihin yksinään kykenisivät. Tämä myös luonnollisesti laskee käyttäjänovaatioiden kehittämisen hintaa, koska kukin osapuoli pystyy keskittymään siihen mitä he osaavat ja voivat luottaa toisten apuun itselle tuntemattomissa osa-alueissa.

Työnjako voi myös olla varsin pitkälle vietyä. Eräässä Total War –pelin laajan käyttäjänovaation julkaisuketjussa tekijäluettelosta voi nähdä, että yksittäinen henkilö projektitiimissä voi olla keskittynyt varsin pieneen osa-alueeseen projektissa. Esimerkiksi kyseessä voi olla tekstuureiden teko, yksiköiden tasapainotus tai pelimekaniikan yksittäinen ominaisuus.

Monet pienemmistä modeista on kuitenkin tehty yksin, ilman yhteistyötä. Tässä vaiheessa edellä mainittu verkottuneisuus saattaa muodostua riskiksi (Fitzgerald, 2004). Jos eri käyttäjänovaatiot eivät sovi yhteen, se usein aiheuttaa toimintavirheitä kokonaisuudessa,

jolloin käytettävyys kärsii tai koko pelituote menee rikki. Tämä on eritoten ongelma, jos käyttäjä käyttää monia erilaisia modeja pelissään. Käyttäjä on kuitenkin viimeinen osapuoli, joka maksaa hinnan heikkolaatuisista käyttäjännovaatioista. Tämän vuoksi sosiaalinen verkottuminen voi puolestaan olla hyvin olla hyvin hyödyllistä, jotta löydetään käyttäjännovaatiot, jotka toimivat yhdessä toistensa kanssa. Havaintojeni mukaan sosiaalinen verkottuminen auttaa myös kehittämään modeja, jotka eivät haittaa toisten modien toimintaa. Tämä ei silkkää hypoteettista ajattelua, sillä muun muassa Mount & Blade –pelin käyttäjäyhteisössä aktiiviset jäsenet ovat keränneet listan modeista, jotka toimivat häiriöttä kaikkien muiden modien kanssa. Tämä sosiaalinen verkottuminen auttaa edistämään teknistä yhteensopivuutta.

Ongelmallisemmaksi tilanne muuttuu, kun kyseeseen tulee emopelin ja käyttäjännovaatioiden välinen suhde. Käyttäjännovaatiot tehdään yleensä emopelin pohjalle ja sen asettamissa puitteissa. Erityisesti emopelin ohjelmistopäivitykset ovat myrkyä käyttäjännovaatioille, sillä usein päivitys muuttaa peliä, niin että käyttäjännovaatiot lakkaavat toimimasta oikein. Tällöin käyttäjännovaatiot on jälleen muokattava uudelleen sopiviksi emopelin uuteen versioon. Tämä aiheuttaa valtavasti työtä, etenkin jos alkuperäistä peliä päivitetään pitkään tai päivitystahti on kovin kiivas. Edellä mainitun kaltaista sosiaalista verkottumista ei tässä tapauksessa havaintojeni mukaan ole olemassa peliyhtiön ja käyttäjäyhteisöjen välillä, ja se saattaisi ollakin erittäin vaikeaa, ellei mahdotonta. Peliyhtiön pääasiallinen tavoite kuitenkin on tuottaa mahdollisimman hyvä pelituote, josta asiakkaat voivat nauttia. Käyttäjäyhteisöt joutuvat mukautumaan tähän sääntöön. Olen tehnyt havainnon, että useimmiten laadukkaimmat ja laajimmat käyttäjännovaatiot tulevatkin vasta emopelin päivityksien loputtua. Tällöin turhan työn riski vähenee merkittävästi, kuten myös epävarmuus käyttäjännovaation tulevaisuuden kohtalosta.

Käytännön esimerkkinä tästä voin mainita viimeisimmän Total War –pelisarjan pelin (Empire: Total War). Peliä alettiin kiireellisesti päivittää sekä peliyhtiön puolelta että modaamaan käyttäjien puolelta. Käyttäjä- ja harrastajayhteisöissä kuitenkin huomattiin, että pelin viralliset päivitykset menivät erittäin pahasti päällekkäin käyttäjien tekemien päivitysten päälle, tehden pelistä liki pelikelvottoman. Näyttäisi siis, että nopea alku on hyvin hankalaa pelialan käyttäjännovaatioiden tapauksessa. Yksinkertaisempi käyttäjäsivaltö on usein joustavampaa päivitysten suhteen kuin teknisesti itsenäisempi ja vaativampi modaus, jolloin yksinkertaisempi ja integroidumpi sisältö ei usein kärsi edellä mainitusta pulmasta. Tämä on

muun muassa Neverwinter Nights –pelin tapaus, jossa päivitykset eivät raporttien mukaan vaikuta jo luodun käyttäjäsivustollon ja -innovaatioiden toimivuuteen.

Näenkin, että suurin haittapuoli tulee juuri erittäin heikosta yhteensopivuudesta emopelin eri versioiden ja käyttäjännovaatioiden välillä. Tämä vaikuttaisi kuitenkin olevan epävarmuustekijä, joka käyttäjäyhteisöiden tulee vain sietää. Käyttäjännovaatioiden välinen tekninen verkottuneisuus ja yhteensopivuus ovat vaihtelevia, mutta sitä on havaintojeni mukaan kuitenkin mahdollista parantaa lisäämällä sosiaalista verkottuneisuutta huippukäyttäjien sekä muiden harrastajien välillä.

### *Käyttäjäyhteisöjen tekniset komponentit*

Sosiaalisten käytäntöjen osiossa käsittelin, mistä käyttäjäyhteisöiden keskustelufoorumeilla puhuttiin ja miten ne olivat yleisesti ottaen järjestetty. Tässä osiossa pyrin tarkastelemaan ovatko tekniset osatekijät, joista yhteisöissä keskustellaan, myös saatavilla käyttäjäyhteisöjen sisällä. Aiemmin jaottelin yleisimmät keskusteluaiheet ja –alueet. Ne olivat

1. Yleiset keskustelut emopelistä
2. Keskustelut käyttäjännovaatioista
3. Keskustelut käyttäjännovaatioiden luonnista sekä innovaatiotyökaluista
4. Keskustelut peliin liittymättömistä aiheista.

Näistä keskusteluaiheista voimme helposti johtaa tarkasteltavat tekniset komponentit, joiden saatavuutta voimme sitten analysoida. Neljäs kategoria ei sisällä johdettavaa teknistä komponenttia, joten sen voimme jättää sivuun. Kategoriat 1-3 kuitenkin sisältävät selvän teknisen komponentin. Pääkeskustelun aiheita vastaavat tekniset komponentit ovat seuraavat: 1. Emopeli ja sen mahdolliset lisäosat 2. Käyttäjännovaatioiden tiedostot 3. Julkaistut käyttäjätyökalut harrastajille sekä niiden muunnelmat.

Havainnoimieni käyttäjäyhteisöjen perusteella voidaan sanoa, että tekniset komponentit ja pääasialliset keskustelunaiheet ovat hyvin läheisesti toistensa kanssa vuorovaikutuksessa ja löytyvät yleensä helposti ja vaivatta saman yhteisön sivustolta. Kaupalliset emopelit eivät luonnollisesti ole ladattavissa suoraan käyttäjäyhteisöistä, mutta havaintojeni mukaan kolmella neljästä tarkastelemastani yhteisöstä on linkki verkkopalveluun tai -kauppaan, josta emopelin saa ostettua tai ladattua omaan käyttöön. Tämä on hyvin luonnollinen toimintatapa, sillä seuraamieni keskustelujen perusteella suurin osa yhteisöjen jäsenistä on myös emopelin

innokkaita kannattajia ja emopeli tarvitaan käyttäjännovaatioiden alustaksi.

Käyttäjännovaatiot ovat eräs ilmentymä tästä innostuneisuudesta.

Vielä tiiviimpi linkki on kuitenkin käyttäjännovaatiotiedostojen ja –työkalujen välillä. Kaupalliset pelit usein löytyivät selvästi merkittyjen linkkien takaa, mutta niitä ei kuitenkaan ollut integroitu itse käyttäjyhteisöjen keskusteluun. Käyttäjyhteisöissä tekniset komponentit käyttäjännovaatioiden suhteen ovat tiiviisti mukana osana yhteisöjen vuorovaikutusprosessia. Käyttäjännovaatiot itse ovat usein myös teknisesti tiedostomuodossa mukana, kun käyttäjännovaatioiden luojat julkistavat uusia tuotoksiaan keskustelualueilla. Mikäli käyttäjännovaatioita ei julkaista keskustelualueella, kuten usein on etenkin pienempien käyttäjäpäivitysten (patch) ja –innovaatioiden laita, niin ne sijoitetaan usein yleiseen tietovarastoon, jossa ne ovat käyttäjien ladattavissa.

Käyttäjätyökalujen suhteen vuorovaikutuksen ja itse teknisen komponentin välinen suhde on vieläkin tiiviimpi. Laadukkaat käyttäjyhteisöt, joita olen tutkimukseni kohteeksi valinnut, usein neuvovat apua tarvitsevia jäseniään varsin aktiivisesti käyttäjännovaatioiden luonnissa. Tällöin keskusteluissa useimmiten nousevat esiin erilaiset työkalut. Havaintojeni mukaan tilanne on, että peliyhtiö usein julkaisee viralliset työkalut käyttäjille, jonka jälkeen käyttäjät kehittävät työkaluja eteenpäin omin voimin, mikä tukee Prüglin & Schreierin (2006) artikkelin havaintoja. Käyttäjien välinen vuorovaikutus, avunanto ja helposti tarjolla olevat työkalut luovat ympäristön, jossa kehitystyö on huomattavasti helpompaa. Havaitsin, että käyttäjätyökalujen tekninen komponentti (itse työkaluohjelmisto) ja niistä käytävät keskustelut olivat erittäin tiiviisti yhdessä käyttäjyhteisöissä. Tämä lisäksi useimmissa tarkastelemissani yhteisöissä oli monia käyttäjien ja jopa pelinkehittäjien laatimia artikkeleita ja ohjeita, miten käyttäjännovaatioiden kehitystyötä pystyy helpottamaan ja näiden ohessa usein olivat linkit sopiviin työkaluihin, joita käyttäjien tulisi käyttää luomisprosessissaan.

Voidaan siis nähdä, että käyttäjyhteisöt selvästi pyrkivät holistiseen kokonaisuuteen, joka pitää sisällään kaiken, mitä käyttäjät tarvitsevat peliin liittyvältä kokemukseltaan. Tämä sisältää sekä tekniset komponentit että pragmaattisen sekä kokemuksellisen vuorovaikutuksen yhteisön sisällä. Käyttäjyhteisöt saattavat olla kokonaisuudessaan varsin hajaantuneita ympäri verkkoa, mutta oman aineistoni perusteella väittäisin, että yhteisöt pyrkivät rakentamaan käyttäjilleen mahdollisimman laajan ja kattavan kokonaisuuden sekä vuorovaikutuksellisilta että teknisiltä ominaisuuksiltaan.



### *Tietovarastot osana käyttäjyhteisöjä*

Tietovarastot (repository) ovat erittäin tärkeä osa tiedonhallintaa ja –säilyttämistä Open Source –projekteissa sekä pelialan käyttäjännovaatioissa (Scacchi, 2004). Tietovarastot ovat erityisen tärkeitä juuri von Hippelin (2007) painottamassa käyttäjännovaatioiden monistamis- ja tuotantokyvyssä. Tietovarastosta käyttäjä pystyy omatoimisesti lataamaan tiedostoja ja käyttäjännovaatioita ilman välikäsiä tai aikaavieviä prosesseja. Tässä osiossa lyhyesti käsitellään tietovarastoihin liittyviä ominaisuuksia ja käytäntöjä.

Mainitsin aiemmin, että kaikki käyttäjyhteisöt eivät toimi aivan samalla tavoin. Havainnoimani Neverwinter Nights –käyttäjyhteisö painottui huomattavasti enemmän toimimaan käyttäjien yhteisenä tietovarastona kuin niinkään vuorovaikutuksen edistäjänä tai käyttäjien kohtaamispaikkana. Käyttäjyhteisön toimiminen tietovarastona ja käyttäjännovaatioiden lataamispaikkana voi eräs lähestymistapa käyttäjyhteisön organisointiin, mutta havaintojeni mukaan käyttäjät itse kuitenkin organisoivat toimintansa enemmän vuorovaikutuksen ympärille (mm. Mount & Blade ja Total War Center -yhteisöt). Tätä vuorovaikutusta tuetaan yleisillä tietovarastoilla, joista löytyy yhteisölle olennaiset tietoresurssit, kuten käyttäjätyökalut ja –innovaatiot.

Käytännöt tietovarastojen suhteen ovat varsin kirjavat, sillä tarkastelemissani yhteisöissä lähestyttiin tietovarastojen ylläpitoa varsin eri tavoin. Mount & Blade –pelin käyttäjyhteisössä käyttäjännovaatiot on talletettu aivan käyttäjyhteisön omaan tietovarastoon, johon yhteisön käyttäjät voivat tuotoksensa ladata. Kyseessä ei ole siis varsinaisesti käyttäjyhteisöön integroitu tekninen ratkaisu, vaan erillinen käyttäjyhteisön käyttäjännovaatioiden ylläpito- ja lataussivusto. Ratkaisu on varsin elegantti, sillä tämä johdonmukainen menetelmä antaa mahdollisuuden käyttäjännovaatioiden kattavaan tilastointiin. Ratkaisu antaa mahdollisuuden kerätä tietoa suosituimmista ja laadukkaimmista käyttäjännovaatioista, mikä helpottaa kiinnostuneiden käyttäjien tiedonhaku-urakkaa, kuten kyseessä olevan tietovaraston kattavat listat ladatuista tuotoksista ja niiden suosioista antavat ymmärtää. Tietovarastossa on mahdollisuus arvioida tuotos ja myös löytää linkkien kautta muita tuotoksia, joita kyseisen innovaation luoja on tehnyt tai mitä hän mahdollisesti muille käyttäjille suosittelee. Tämänkaltainen keskitetty menetelmä on hyvin pätevä ja sen myötä saadaan kaikki olennainen käyttäjyhteisön tieto kerättyä yhteen paikkaan.

Neverwinter Nights- sekä rFactor –pelien käyttäjäyhteisöjen lähestymistapa on varsin samanlainen kuin edellä mainitussa tapauksessa, mutta tässä tapauksessa tietovarasto on integroitu itse käyttäjäyhteisöön. Tämä helpottaa tilastoinnin ja suosion kartoituksen yhdistämistä itse yhteisön vuorovaikutukselliseen toimintaan, kun käyttäjä ei joudu siirtymään kahden eri sivuston välillä, vaan voi kommentoida ja arvioida käyttäjännovaatioita suoraan käyttäjäyhteisön sisällä. Yhteisön vuorovaikutuksen ja kattavan tilastoinnin yhdistäminen on varsin optimaalinen tilanne käyttäjän kannalta, joka haluaa löytää mahdollisimman laadukkaita käyttäjännovaatioita nopeasti. Tämän lisäksi käyttäjännovaatioiden mahdolliset ansiot ja ansaitsemat palkinnot näkyvät myös huomattavasti selvemmin kuin Mount & Blade –pelin erotellussa mallissa, jossa tuotokset ovat erillään keskusteluista.

Viimeinen esimerkkitapaus tulee Total War –pelien käyttäjäyhteisöstä, joka on hyvä esimerkki sirpaloituneesta lähestymisestä tietovarastoihin. Yhteisöllä on oma integroitu tietovarastonsa, jossa on perinteiset käytännöt arviointineen ja ladattujen käyttäjännovaatioiden tilastoineen. Erotus tässä lähestymisessä on kuitenkin se, että käyttäjännovaattoreilla ei selvästi tässä yhteisössä ole ollut selvää ohjesääntöä, mihin käyttäjännovaatiot tulisi tallentaa. Tämä aiheuttaa sen, että useat huippukäyttäjien innovaatiot eivät löydy yhteisön omasta tietovarastosta, koska ne ovat tallennettu muihin monista internetin tietovarastoista. Tämä saattaa aiheuttaa hämäännystä etenkin satunnaisemmissa käyttäjissä, joilla ei ole innostusta tutustua foorumeihin, josta useimmat käyttäjännovaatioiden julkaisuketjut linkkeineen kuitenkin löytyvät.

Tämä sirpaloitunut malli vaikuttaisi hyvin tehottomalta mallilta, vaikka sillä saattaa olla tiettyjä kustannussäästöjä ja teknisiä etuuksia keskitettyyn malliin verrattuna. Esimerkiksi käyttäjäyhteisö tarvitsee vähemmän tilaa ja koneistoa sekä käyttäjät voivat mahdollisesti ladata tuotokset nopeammin muualta internetistä. Tämä kuitenkin aiheuttaa tietoresurssien pirstaloitumisen, jolloin käyttäjien ajalliset kustannukset löytää itseään tyydyttäviä käyttäjännovaatioita kasvavat. Tällöin tilastot eivät myöskään pysty kertomaan luotettavaa tietoa käyttäjännovaatioiden suosiosta tai niiden laadusta, koska tilastot eivät sisällä kaikkia olennaisia tuotoksia. Tämä eritoten merkittävää sen vuoksi, että havaintojeni mukaan useat huippukäyttäjiksi laskemani henkilöt Total War –pelin käyttäjäyhteisössä useimmiten tallettivat tuotoksensa muualle kuin yhteisön omaan tietovarastoon.

Oman näkemykseni mukaan on eduksi, jos käyttäjäyhteisö pyrkii myös pitämään tietoresurssinsa keskitettynä tavalla tai toisella. Tämä on etu sekä yhteisölle, innovaattoreille sekä käyttäjille, jotka kaikki tällöin pääsevät paremmin tuloksiinsa. Kustannukselliseen tai puhtaasti tekniseen puoleen minun on vaikea ottaa kantaa, mutta organisaatiollisesta näkökulmasta keskitetyt ratkaisut vaikuttavat toimivammilla tässä tapauksessa. Tämä myös vaikuttaisi olevan seikka havainnoimieni käyttäjäyhteisöjen tapauksessa.

### *Muita käyttäjäyhteisöjen käyttämiä työkaluja*

Tietovarastot ja keskustelufoorumit eivät ole ainoita käyttäjäyhteisöjen käyttämiä työkaluja. Pelialan käyttäjäyhteisöt ovat ottaneet internetin luomat mahdollisuudet monipuolisesti käyttöön. Seuraavaksi esittelen erilaisia kiinnostavia työkaluja ja käytäntöjä, joita olen löytänyt tarkastelemistani yhteisöistä.

Ensimmäinen kiinnostava tekninen työkalu, jota käytetään esimerkiksi Neverwinter Nights sekä Total War –pelien käyttäjäyhteisöissä ovat podcastit. Nämä ovat nauhoitettuja äänityksiä, jotka koskevat useimmiten joitain käyttäjäyhteisöä ja sen pelejä koskevia seikkoja. Esimerkiksi Total War –pelien käyttäjäyhteisön tapauksessa äänitykset koskivat pelissä käytyjä taisteluita ja pelin strategioita, joista joukko yhteisön jäseniä keskenään nauhoituksessa keskustelivat. Tämä ei välttämättä tuo mitään äärimmäisen uutta käyttäjäyhteisöön, mutta uskoisin sen lisäävän yhteisöllisyyttä kun yhteisön eri käyttäjät saavat myös äänen pelkän käyttäjänimen lisäksi. Äänen käyttö kerronnan muotona myös auttaa jäseniä kertomaan pitempiä tarinoita ja analyysyjä, jotka tekstinä internetissä saattaisivat muodostua varsin raskaiksi luettaviksi. Erilainen media tarjoaa myös luonnollisesti vaihtelua ja lisää kuunteluvaihtoehdon osaksi yhteisöllistä toimintaa.

Käyttäjäyhteisöt ovat myös havahtuneet käyttämään suosittuja Wiki-tietokantoja yhteisöjensä tukena. Wiki-tietokannat ovat vapaasti muokattavia tietopankkeja, joihin kuka tahansa voi lisätä tietoa. Wikipedia on paras esimerkki Wiki-tietokannan toiminnasta. Muun muassa Total War –pelien TWC-Wiki sisältää yleistä tietoa kaikista sarjan peleistä, niiden pelimekaniikasta sekä laadukkaimmista käyttäjäinnovaatioista. Tämän lisäksi tämä yhteisön avoin tietosanakirja sisältää informaatiota yhteisön toiminnasta ja tavoista. Näkisin, että Wiki-tietokannan tarkoituksena on kerätä käyttäjäyhteisölle ja pelituotteelle olennainen tieto yhteen

paikkaan, jotta vellova nettikeskustelu ei hukuta niitä alleen. Täten pelialan käyttäjäyhteisöiden Wiki-tietokannat tallentavat yhteisölle olennaista tietoa hieman samalla tavoin kuin tietovarastot tallentavat käyttäjäinnovaatioita ja muita jäsenien tuotoksia.

Kolmas havainnoimani työkalu, jota käytettiin mm. Neverwinter Nights sekä RFactor –pelin käyttäjäyhteisöissä, olivat videot. Videoita käytettiin yhteisöissä huomattavan erilaisiin tarkoituksiin. RFactorin käyttäjäyhteisössä videot ovat selvästi suuri osa itse käyttäjien välistä kokemuksellisuutta. Videoiden avulla käyttäjät pystyvät seuraamaan käyttäjien välisiä kisoja, jolloin he myös pystyvät osallistumaan puolestaan pelikokemukseen. Käyttäjät pystyivät arvioimaan videoita samaan tapaan kuin muitakin käyttäjäinnovaatioita, joten väittäisin että videoiduilla tapahtumilla voi peligenrestä riippuen olla suurikin merkitys käyttäjäyhteisön kannalta. Neverwinter Nights sekä Mount & Blade –pelin yhteisöissä videoita käytetään sekä edellä mainittuun kokemukselliseen puoleen, mutta myös opetuskäyttöön havainnollistamiaan esimerkiksi käyttäjäinnovaatioiden luontia ja kehitystä sen eri osa-alueiden näkökulmista. Videoiden käyttö vaikuttaisi havaintojeni perusteella olevan varsin yleistä yhteisöissä, ja niiden funktio tuntuisi tukevan ja elävöittävän varsin hyvin muuta keskustelufoorumilla tapahtuvaa toimintaa, joita olen aiemmin tässä luvussa käsitellyt.

### *Yhteenveto*

Havainnoimani tekniset käytännöt liittyvät hyvin pitkälle käyttäjäinnovaatioiden tekniseen mahdollistamiseen, kuten tarvittavien teknisten komponenttien tarjoamiseen ja ylläpitoon. Tekniset käytännöt eivät kuitenkaan toimi täydellisen itsenäisesti, sillä toinen niiden pääasiallinen funktio on selvästi tukea käyttäjäyhteisöihin liittyvää sosiaalista toimintaa, kuten tiedonkulun ja viestinnän mahdollistamista erilaisin työkaluin. Tämä tukee vahvasti Kohin & Kimin (2004) näkemystä, että yhteisöt ovat sosioteknisiä kokonaisuuksia, joissa tekniset käytännöt ja ominaisuudet helpottavat sekä mahdollistavat erilaisia toimintatapoja yhteisön jäsenille.

Tekniset käytännöt eivät kuitenkaan kaikki ole positiivisia, sillä huonolla organisoinnilla ja yhteistyön puutteella käyttäjäinnovaatioihin liittyvät tekniset seikat voivat muodostua myös ongelmaksi. Tämä saattaa esiintyä juuri yhteensopivuusongelmina tai heikkolaatuisina käyttäjäinnovaatioina, joista saattaa olla varsinaista harmia itse emopelille. Suurin ongelma,

johon on vaikea löytää ratkaisua, on kuitenkin käyttäjyhteisön ja peliyhtiön välinen. Tekniset yhteensopivuusongelmat emopelin päivitysten ja käyttäjännovaatioiden saattavat tuottaa erittäin paljon turhaa työtä tai vaihtoehtoisesti viivästyksiä käyttäjännovaatioiden suhteen. Käyttäjännovaattorit joutuvat toimimaan yhteensopivuusasioissa peliyhtiöiden ehdoilla, kun peliyhtiöt pyrkivät usein viimeistelemään pelejään julkaisun jälkeisin päivityksin.

#### 7.4 Integraatio- ja tukikäytännöt käyttäjännovaatioissa

Tähän asti olen hyvin pitkälti tutkinut asioita joko käyttäjyhteisöjen tai peliyhtiöiden näkökulmasta. Tässä luvussa kuitenkin pyrin yhdistämään näitä näkökulmia, ja katsomaan mikä näille toimijoille on yhteistä. Tarkastelen, miten pelisuunnittelijat ovat edistävät ja tukevat käyttäjännovaatioiden luontia peleihinsä, vai tukevatko lainkaan?

Aiemmin olen maininnut peruslähtökohdat, jotka pelialan käyttäjännovaatioiden luontiin useimmiten tarvitaan: 1. Peliyhtiön halu avata oman tuotteensa sisältöä käyttäjille 2. Käyttäjätökalujen kehittäminen ja luovuttaminen harrastajien käyttöön (mm. West & Gallagher (2006); Jeppesen (2004); Arakji & Lang (2007)). Näitä kutsun minimivaatimuksiksi, joiden olemassaolo tarvitaan käyttäjännovaatioiden mahdollistamiseksi. Tavat näiden ehtojen täyttämiseen saattavat vaihdella melkoisesti aina olemassa olevien käyttäjätökalujen tyypistä ja laadusta (mm. Katz & von Hippel (2002); Piller, Ihl, Fuller & Stotko (2004)) sisällön avaamisen laajuuteen ja tapaan avata sitä (West, 2003).

Tässä luvussa tulen tarkastelemaan, miten näiden vähimmäisehtoihin panostamisella ja muilla tukitoimilla käyttäjännovaatioita pystytään tehokkaammin tukemaan. Analysoin tätä asiaa valitsemieni fokusryhmäni (luku 5.4, s.74) pelien näkökulmasta, mutta tällä kertaa enemmän niiden peliyhtiöiden näkökannalta.

#### *Käyttäjännovaatioiden olemassaolon ja merkityksen selvittäminen*

Mikäli peleihin on luotu onnistuneesti laadukkaita käyttäjännovaatioita, osa onnistumisesta on myös ehdottomasti peliyhtiöiden oman panoksen ansiota. Eräs selvimmistä käytännöistä, jonka itse havaitsin tarkastellessani valitsemieni peliyhtiöiden sivuja ja foorumeita, on

onnistunut modauksen ja muiden käyttäjännovaatiomahdollisuuksien esilletuonti. Tämä on erinomaisen tärkeää, sillä käyttäjännovaatioiden esille tuonti ensinnäkin antaa käyttäjille mahdollisuuden ymmärtää, että kyseinen ominaisuus on olemassa emopelissä. Toisekseen tämä antaa myös käyttäjille, joiden taidot eivät riitä välttämättä omien innovaatioiden luontiin, mahdollisuuden ymmärtää, että he voivat saada lisäarvoa pelilleen muiden käyttäjien innovaatioiden kautta. Tämä on varsin yksinkertainen mutta erittäin tärkeä asia, jos peliyhtiö haluaa edes hiukan painottaa käyttäjännovaatioiden merkitystä tuotteelleen.

Otokseni pelien peliyhtiöt ovat tässä onnistuneet yleisesti ottaen varsin hyvin. Erityisesti Neverwinter Nights –pelin luonut Bioware on nettisivuillaan erittäin järjestelmällisesti asettanut käyttäjännovaatiomahdollisuudet samalle viivalle varsinaisen pelisisällön kanssa. Yhtiö on selvästi antanut oman osion sivuillaan käyttäjännovaatioille, missä käsitellään sekä niiden luomista että olemassa olevia tuotoksia.

Samalla tavoin myös rFactor-pelin kotisivuilla käyttäjännovaatiomahdollisuudet tuodaan varsin hyvin esille, sillä sivuilla on oma osio, josta käyttäjätökalut selvästi löytyvät. Myös pelin kuvauksessa kerrotaan selvästi kattavista mahdollisuuksista modata ja luoda uutta sisältöä peliin. Selvästi esille tuodut käyttäjäyhteisöt myös antavat vihiä paikoista, joissa käyttäjännovaatioista voi keskustella ja niitä voisi hakea.

Mount & Blade –pelin julkaisseen Taleworldsin tapauksessa ei voida käyttäjäyhteisöä ja yhtiön kotisivuja helposti erottaa toisistaan, sillä pelin pääasiallinen käyttäjäyhteisö sijaitsee yhtiön kotisivuilla. Aiemmin kuitenkin mainitsin, että myös kyseessä olevan pelin keskustelualueilla käyttäjännovaatioilla ja –työkaluilla on selvä näkyvä asema, joka helpottaa niiden mahdollisuuksien tunnistamista.

Total War –peliin luojan Creative Assemblyn kotisivut eivät korosta käyttäjännovaatioita yhtä vahvasti kuin edelliset toimijat, mutta he korostavat yhteisöllisyyttä varsin uniikilla tavalla muihin verrattuna. Tähän seikkaan palaan kuitenkin hieman myöhemmin.

Havainnoista käy kuitenkin ilmi, että mikäli peliyhtiöt katsovat käyttäjännovaatioiden olevan merkittävä osa pelikokemusta, heidän on myös onnistuttava hyvällä tiedottamisella ja käyttäjien mahdollisuuksien esille tuonnilla kertoa se pelaajille. Tämä on esimerkiksi havaintojeni mukaan Neverwinter Nights ja RFactor –peliin luojat ovat onnistuneet.

Molemmat peliyhtiöt pitävät ilmiselvästi käyttäjännovaatioita tärkeinä omalle pelituotteelleen, ja tekevät asian varsin selväksi myös käyttäjille.

### *Verkostoituminen ja promootio*

Toinen selkeä havaitsemani integraatiokäytäntö on selkeä verkostoituminen käyttäjyhteisöjen kanssa. Kaikki tutkimistani peliyhtiöistä olivat tavalla tai toisella verkostoituneita tärkeimpien käyttäjyhteisöjensä kanssa. Kattavimmin verkostoituneita olivat varsin luonnollisesti yhtiöt, jotka olivat tuotteissaan laittaneet eniten painoarvoa käyttäjännovaatioille, kuten Bioware ja ISI. He olivat laittaneet kotisivuilleen erittäin kattavat ja hyvin jäsenellyt yhteydet käyttäjyhteisöihin. Bioware selvästi oli eriteltyt eri käyttäjyhteisöjen tarkoitukset ja annin käyttäjännovaatioiden osalta. Tämä toteuttamistapa ohjaa käyttäjän erittäin selvästi oikeaan suuntaan, riippuen siitä mitä hän käyttäjännovaatioiden suhteen etsii. Useimmista käyttäjyhteisöistä oli myös kirjoitettu lyhyet kuvaukset niiden toiminnasta. Nämä selvät käytännöt säästävät sekä käyttäjännovaatioiden kehittäjien että käyttäjien aikaa hyvin runsaasti, kun he luovat tai etsivät käyttäjännovaatioita. Näen, että Bioware on onnistunut erittäin hyvin käyttäjyhteisöjen promootiossa sekä niiden kanssa verkostoitumisessa.

Verkostoituneisuus on myös hyvin esillä rFactor-pelin sivustoilla. Pelin luonut ISI (Image Space Incorporated) oli toiminut samaan tapaan kuin Bioware pelinsä suhteen, mutta hieman erilaisella lähestymisellä. He myös olivat luoneet hyvin kattavat listat merkittävistä käyttäjyhteisöistä, mutta he eivät olleet tehneet Biowaren kaltaista funktionaalista jäsentelyä käyttäjyhteisöjensä suhteen. Tämä yhdistettynä pelin valtavaan käyttäjyhteisöjen määrään luo todellisen valintaongelman, koska yhteisöjä ei ollut laitettu järjestykseen niiden havaitun laadun tai funktion perusteella, vaan aakkosittain ja maittain. Tämä luo etenkin uusille käyttäjille hyvin turhauttavan tilanteen etsiä parhaita käyttäjyhteisöjä kymmenien käyttäjyhteisöjen joukosta. Voimme tehdä siis johtopäätöksen, että pelkkä verkostoituminen käyttäjyhteisöjen kanssa ei riitä. Suurimman hyödyn ja käytettävyyden saavuttamiseksi peliyhtiön on myös hyvä tutustua käyttäjyhteisöjen toimintaan ja sisältöön näiden laadun arvioimiseksi. Käyttäjyhteisöjen priorisointi ja kategorisointi on hyvin tärkeää, etenkin jos yhteisöjen määrä on hyvinkin suuri. Verkostoituneisuuden ja promootion organisointi on siis hyvin tärkeää, sillä itse väitän että useimmat uudet käyttäjät turvautuvat ensin pelin virallisiin kotisivuihin etsiessään tietoa pelistä ja siihen liittyvistä ilmiöistä.

Kiinnostavimmat käytännöt verkostoitumisen suhteen havaitsin kuitenkin Total War – pelisarjan kotisivuilla. ISI:llä sekä Biowarella oli selvästi halua tuoda esille käyttäjäyhteisöjä ja niiden toimintaa, mutta ainoastaan Total War –pelit luonut Creative Assembly oli valmis tekemään vuorovaikutteista yhteistyötä käyttäjäyhteisöjen kanssa. Heidän sivuillaan oli myös selvä esitys, miten he tukevat Total War –pelisarjan käyttäjäyhteisöjä. Mitä innovatiivisempi tai aktiivisempi yhteisö, niin sitä enemmän Creative Assembly on valmis yhteisöä tukemaan. Tuki on jaettu kolmeen eri kategoriaan, joista ensimmäisessä tuki tulee pääasiassa pelisarjan teemojen mukaisen taustamateriaalin muodossa, mm. peleihin liittyvinä kuvakaappauksina, pelitaiteena ja kotisivun rakennukseen käytettävänä erilaisina resursseina. Tämän lisäksi yhteisö saa myös maininnan peliyhtiön kotisivujen käyttäjäyhteisölistaan. Etuisuudet kuitenkin kasvavat, kun kyseessä on merkittävämpi käyttäjäyhteisö. Kolmannessa kategoriassa edut ovat jo huomattavasti suuremmat. Näihin käyttäjäyhteisölle tuleviin etuihin kuuluvat muun muassa pitkä kuvaus yhteisön toiminnasta peliyhtiön kotisivuilla, tunnustettu asema yhteistyökumppanina, haastattelut peliyhtiön työntekijöiden kanssa, suorat sähköiset keskustelut peliyhtiön kanssa sekä pääsy yksityisille peliyhtiön edustajille tarkoitetuille keskustelufoorumeille. Tämän lisäksi parhaat käyttäjäyhteisön kirjoitukset ja artikkelit voidaan myös julkaista peliyhtiön kotisivuilla. Vastapainoksi Creative Assembly odottaa käyttäjäyhteisöltä keskittymistä heidän peleihinsä, hyvin organisoitua hallinnointia sekä syvällistä tietoa heidän peleistään ja niiden ominaisuuksista.

Tämä on erittäin kiinnostava havainto, sillä se todella vahvistaa sen, että peliyhtiö voi tehdä myös varsinaista yhteistyötä käyttäjäyhteisöjen kanssa. Tämä seikka myös tuo esiin erään tavan, miten peliyhtiöt voivat sponsoroida ja tukea käyttäjäyhteisöjä (kts. West & O'Mahony (2005)) ilman, että nämä menettävät autonomisuuttaan. Itse näen, että Creative Assemblyn tapa lähestyä ja käsitellä käyttäjäyhteisöjä on molemmille osapuolille erittäin suotuisa ja luo mitä parhaan alustan keskinäiselle yhteistyölle, josta sekä peliyhtiö että käyttäjät hyötyvät.

Tässä osiossa esitellyt tavat näyttävät hyvin, miten peliyhtiöiden käytännöt käyttäjäyhteisöjen suhteen vaihtelevat yksinkertaisesta verkostoitumisesta, hyvän promootion kautta täysveriseen yhteistyöhön. Voidaan nähdä, että peliyhtiöillä on hyvin monipuoliset mahdollisuudet toimia käyttäjäyhteisöjen kanssa halutessaan.



## *Tukitoiminta työkalujen käytössä*

Kolmas selkeä käytäntö, jonka havaitsin tukevan käyttäjänovaatioiden kehitystä, on opastava toiminta työkalujen käytössä. Tällä en tarkoita käyttäjien välistä toimintaa, jossa käyttäjät auttavat toinen toistaan, vaan peliyhtiön puolelta tulevaa tukea. En osaa sanoa, miten laaja-alaista tämänkaltainen tuki on, mutta havainnoimani peliyhtiöt tukivat käyttäjiään vaihtelevan tasoisesti. Eniten tukea havaintojeni mukaan pelaajille antoivat Bioware *Neverwinter Nights* –pelissään sekä *Mount & Blade* –pelin kehittäjä Taleworlds. Kiinnostavasti rFactor-ajosimulaattorin käyttäjätökalujen dokumentointi ja opastus oli liki olematonta, vaikka peliyhtiö tuntui painottavan tuotteessaan hyvin vahvasti käyttäjänovaatioiden merkitystä. Tämä tuntuisi viestivän hieman siitä, että peliyhtiö voi säilyttää myös suuren osan tukifunktioista käyttäjyhteisöjen harteille (kts. Jeppesen & Molin (2003)), mikäli itse työkalut ja pelialusta ovat riittävän laadukkaita. RFactor on menestynyt esimerkki käyttäjänovaatioihin vahvasti pohjautuvasta pelistä.

Tutkikaamme tarkemmin kahta edellä mainittua esimerkkiä: *Neverwinter Nights* ja *Mount & Blade* -peliä ja niiden tukikäytäntöjä työkalujen suhteen. *Mount & Blade* –peli on ollut pitkään pienimuotoinen turkkilaisen pariskunnan kehittämä peliprojekti. Pelin yhteisössä on virallinen pelin työkalujen käyttöön opastava keskustelualue. Tällä alueella pelinkehittäjä Armagan Yavuz selittää vaiheittain, miten käyttäjät pystyvät luomaan omia modejaan hänen peliinsä. Opastus on jaettu yhdeksään osaan, jotka keskittyvät pelin käyttäjänovaatioiden eri aspekteihin. Opastus on tekstipohjaista, jota tuetaan erilaisin havainnollistavin kuvin itse työkaluohjelmasta. Näen, että pelikehittäjän tarjoama apu auttaa käyttäjiä käyttäjänovaatioiden kehitystyön alkuun, jonka jälkeen he pystyvät alkamaan vuorovaikutuksessa toistensa kanssa kehittämään taitojansa (Jeppesen & Molin, 2003). *Mount & Blade* –pelin käyttäjyhteisössä peliyhtiön tarjoamat tukifunktiot yhdistyvät melko saumatta muuhun yhteisön käyttäjänovaatioihin liittyviin keskusteluihin.

*Neverwinter Nights* –pelin tapauksessa tukikäytännöt toteutuvat lähes samalla tavoin. Peliyhtiö myös tässä tapauksessa kertoo perusteet käyttäjäsällön ja modien luontiin heidän tarjoamillaan työkaluilla. Opastus on jälleen jaoteltu luomisprosessin kannalta olennaisiin vaiheisiin, joiden jälkeen käyttäjällä tulisi olla peruskäsitys työkalujen käytöstä. Tämän jälkeen myös Bioware ohjaa pelaajan tutustumaan tarkemmin heidän keskustelualueillaan

käytäviin käyttäjänovaatiokeskusteluihin ja muihin käyttäjyhteisöihin, joista löytyy enemmän ja tarkempaa tietoa työkalujen käytöstä.

Näyttäisi vahvasti, että peliyhtiöt eivät halua olla ”täyden palvelun liikkeitä”, mitä tulee käyttäjätökaluihin. He antavat johdatuksen työkalujen käyttöön, mutta jättävät varsinaisen suunnittelutilan (design space) (Baldwin, Hiennerth & von Hippel (2006)) täysien mahdollisuuksien hyödyntämisen ja oivaltamisen itse käyttäjien vastuulle. Omien havaintojeni mukaan tämä näyttäisi riittävän yhdessä hyvien ja monipuolisten työkalujen kanssa varsin pitkälle, sillä luomistyöstä kiinnostuneet vaikuttaisivat löytävän tarvittavan avun käyttäjyhteisöistä. Itse näen kuitenkin, että peliyhtiöiden antama johdatus on kuitenkin tärkeää, sillä se voi herättää kiinnostuksen ja opastaa syvemmälle käyttäjänovaatioiden luontiprosessiin.

#### *Yhteistyö ja promootio lopputuotoksien osalta*

Lopputuotoksien eli valmistuneiden käyttäjänovaatioiden suhteen peliyhtiöt tuntuisivat olevan varsin varovaisia. Tarkkailemieni peliyhtiöiden kotisivuilta en juuri löytänyt suoria linkkejä tai viittauksia olemassa oleviin käyttäjänovaatioihin. Neverwinter Nights –pelin sivustoilta löysin käyttäjien tekemän laajennuksen pelin käyttäjätökaluihin (Community Expansion Pack, version 2), mikä tukee Prüglin & Schreierin (2006) näkemyksiä että käyttäjät itse laajentavat ja muokkaavat käytössään olevia innovaatiotyökaluja pelialalla. Muita lopputuotoksia peliyhtiöt eivät muuten juuri lainkaan esitelleet sivustoillaan, vaan viittasivat käyttäjät tutustumaan käyttäjyhteisöjen antiin. Tämän saattaa selittää tekemissäni haastatteluissakin esiin nousseet pelot lakiteknisistä kysymyksistä (Soares, 2009), joita käyttäjänovaatioiden julkaisu peliyhtiön virallisilla sivuilla saattaisi herättää.

Poikkeus tähän havaintoon kuitenkin oli luonnollisesti Taleworldsin käyttäjyhteisö, jossa keskeinen käyttäjyhteisö on peliyhtiön omilla keskustelufoorumeilla. Tässäkään yhteisössä varsinaista suurimittaista käyttäjänovaatioiden promootiota peliyhtiön toimesta ei juuri esiinny. Keskustelualueen ylälaudassa on kuitenkin pieni linkki peliyhtiön suositteliin modeihin.

Eräs selitys tämänkaltaiselle käyttäytymiselle saattaa olla Baldwinin et al. (2006) esille tuoma näkemys käyttäjäyhteisöjen ei-kilpailullisuudesta. Itse kuitenkin näkisin, että tämä seikka on enemmän yhteisöjen sisäinen käytäntö, ei niinkään yhteisön ja peliyhtiöiden välinen pulma. Aiemmin olen kuitenkin havainnoinut, että myös itse yhteisöt pyrkivät laittamaan tietyllä tasolla käyttäjännovaatioita paremmuusjärjestykseen ja palkitsemaan parhaita tuotoksia, vaikka diskurssitasolla keskustelut ovat usein hyvin konsensushenkisiä.

Arakji & Lang (2007) totesivat artikkelissaan, että peliyhtiöillä ei ole juurikaan pelättävää mahdollisten oikeusseuraamuksien puolesta käyttäjännovaatioiden suhteen, koska peliyhtiöt yleensä pidättävät oikeudet peliensä sisältöön vaikka avaavatkin sitä käyttäjilleen. Tämän asian ymmärtäminen antaisi peliyhtiöille huomattavasti vapaammat kädet tukea, palkita ja mainostaa parhaita käyttäjännovaatioita kuin mitä tarkastelemisani yhtiöissä näyttäisi olevan tapana.

Otantaryhmän ulkopuolisena erinomaisena esimerkkinä, voidaan mainita Epic Games – peliyhtiön modikilpailu Make Something Unreal (<http://www.makesomethingunreal.com/>), jossa käyttäjät haastatetaan tekemään mahdollisimman laadukkaita käyttäjännovaatioita Unreal Tournament 3 –peliin. Kilpailukategoriat ovat hyvin erilaisia aina pienimuotoisista modeista täydellisiin muunnoksiin (total conversions), jolloin käyttäjännovaatioiden koko kirjo pääsee hyvin esille. Tämän kilpailun voittaja saa palkinnoksi, joko ei-kaupallisen lisenssin koulutuspeleiden tuotantoon tai lisenssin yhtä kaupallista peliä varten Unreal 3 – pelimoottoriin. Itse näen, että tämä hyvin innovatiivinen ja kannustava tapa voi innostaa käyttäjäyhteisöjä parhaisiin tuloksiinsa. Kuten West & Gallagher (2006) artikkelissaan toteavat pelialan käyttäjännovaatiot ovat hyvin pitkälle emopeliä tukevia täydennyksiä (complement), jotka eivät yleensä uhkaa millään tavalla itse emotuotetta, vaan tuovat sille useimmiten lisäarvoa.

Uskoisin, että myös pienempimuotoiset kunnianosoitukset laadukkaita käyttäjännovaatioita kohtaan olisivat arvostettuja käyttäjien keskuudessa. Katson, että ne tukisivat Lakhanin & von Hippelin (2003, s. 923) esittelemiä motiiveja käyttäjännovaatioiden luontiin, erityisesti maineen luoman motivaatiovaikutuksen osalta. Vaikeampi kysymys on kuitenkin näiden ulkopuolelta tulevien kannustimien vaikutus käyttäjäyhteisöjen rauhanomaiseen ja konflikteja välttelevään henkeen. Olisi kuitenkin kiinnostava nähdä peliyhtiöiden käyttävän enemmän

vaivaa myös itse laadukkaiden lopputuotosten tukemiseen ja esille nostamiseen. Havaintojeni mukaan näitä käytäntöjä ei vielä peliyhtiöiden osalta kovinkaan aktiivisesti hyödynnetä.

### *Yhteenveto*

Peliyhtiöt voivat toiminnallaan helposti tukea käyttäjänovaatioita. Tämä ei edes vaadi havaintojeni mukaan mittavia panostuksia. On kuitenkin selvää, että peliyhtiön on kuitenkin selvitettävä kantansa käyttäjänovaatioihin ilmiönä, ja vieläkin tärkeämpää yhtiölle on selvittää kantansa ilmiötä kohtaan myös olemassa oleville ja potentiaalisille käyttäjille. Julkinen kannanotto saattaa olla juuri se seikka, joka herättää käyttäjät luomaan omia innovaatioitaan peleihin. Myös verkottuminen käyttäjien ja käyttäjäyhteisöjen kanssa on erittäin hyödyllistä. Laajahko verkottuminen oli selvä yhteinen tekijä peliyhtiöiden välillä, joiden pelituotteisiin oli luotu runsaasti laadukkaita käyttäjänovaatioita. Havainnoista kävi myös ilmi, että tämä verkottuminen voi olla joko passiivista tai aktiivista. Luovalla lähestymisellä käyttäjätoimintaa kohtaan voi luoda mitä erilaisimpia lähestymistapoja yhteistyöhön kaupallisten ja ei-kaupallisten toimijoiden välille.

Luomisprosessien tukemisen suhteen peliyhtiöissä toiminnassa oli havaittavissa myös tietynlaisia tukikäytäntöjä, jotka painottuivat auttamaan aloittelevia käyttäjänovaatioiden tekijöitä alkuun työkalujen käytössä. Kiinnostavasti kuitenkin tukea tai promootiota valmiille tuotoksille oli havaittavissa hyvin vähän peliyhtiöiden sivustoilla. Tämä olisi eräs osa-alue, jonka integraatio- ja tukikäytäntöjen kehittäminen saattaisi olla hyvin hedelmällistä, etenkin kun havaitut riskit sen suhteen ovat varsin pienet (kts. Arakji & Lang, 2007).

Käyttäjänovaatioita voidaan siis tukea varsin yksinkertaisilla toimilla, jos niitä vain käytetään harkiten ja johdonmukaisesti. Näkemykseni mukaan useimmiten kysymys ei ole teknisistä tai rahallisista seikoista, vaan pikemmin suunnitelmallisista ja organisaatiollisista kysymyksistä.

## 7.5 Käyttäjännovaatioiden kaupallistamiskäytännöt

Väliotsikossa mainitsemani kaupallistamiskäytännöt eivät tarkoita ainoastaan käyttäjännovaatioiden tuotteistamista kaupallisiksi tuotteiksi. Hakemani näkökanta pyrkii olemaan laajempi kuin tämä perinteisesti omaksuttu näkökulma. Muun muassa Jeppesenin (2004) pelialan käyttäjännovaatioiden hyödyntämisenäkökulmat ovat päteviä, mutta itse näen niiden olevan hivenen kapeakatseisia, sillä ne keskittyvät puhtaasti valmiista tuotoksista saataviin hyötyihin. Olen havainnut käyttäjännovaatioita ja käyttäjäyhteisöjä tarkastellessani, että vaikutukset kaupalliset puolelle voivat olla huomattavasti laaja-alaisemmat.

Kaupallistamiskäytännöt tämän luvun näkökulmasta tarkoittavatkin, miten käyttäjännovaatiot voivat yleisesti ottaen vaikuttaa olemassa olevaan kaupalliseen peliteollisuuteen. Vaikutukset eivät näkemyksieni mukaan rajoitu ainoastaan kaupallisten modien tuottamiin kassavirtoihin. Olen havainnut, että kiinnostavia vaikutuksia on havaittavissa myös käyttäjännovaatioiden tuoteominaisuuksien puolelta, sen mahdollistaman liiketoiminnan saralla sekä jopa kehitysprosesseissa! Tässä luvussa pyrin avaamaan näitä tekemiäni havaintoja esimerkkien avulla, jotka toivon mukaan avaavat keskustelua käyttäjännovaatioiden merkityksellisyydestä ja mahdollisuuksista.

### *Käyttäjännovaatioiden vaikutus peliteollisuuteen*

Tässä tapauksessa emme puhu käyttäjännovaatioista tuotteina, vaan niiden yleisestä vaikutuksesta kaupalliseen peliteollisuuteen. Itse näen, että tässä mielessä ehdottomasti merkittävin vaikutus on käyttäjännovaatioiden tarjoama koulutus- ja oppimisvaikutus. Tekemissäni haastatteluissa kävi ilmi, että peliyrietykset todella arvostavat käytännöllistä kokemusta pelisuunnittelusta, jota erityisesti monimutkaisemman modaamisen kautta voidaan saavuttaa. Myös Scacchi (2004) artikkelissaan viittaa tähän vaikutukseen pelien käyttäjännovaatioiden osalta. Käyttäjännovaatiot pystyvät ehdottomasti avaamaan työvoimakanavan harrastajien ja peliyhtiöiden välille. Tällöin peliteollisuus saa osaavaa työvoimaa ja harrastajat voivat taidonnäytteillään muuttaa harrastuksensa täyspäiväiseksi työksi. Erityisesti laadukkaiden käyttäjännovaatioiden luonti tuo esille huippukäyttäjiä, joiden taidot ja ideat saattaisivat olla erityisen hyödyllisiä peliyhtiöiden palveluksessa, kuten

muun muassa Pääjärvi (2009) haastattelussaan totesi. Itse näen, että käyttäjännovaatiot ovat erittäin luonnollinen linkki harrastustoiminnan ja työelämän välillä.

Vaikutukset eivät kuitenkaan jää ainoastaan rekrytoinnin tasolle. Käyttäjännovaatioiden myötä syntyy myös uusia yrityksiä peliteollisuuteen. Onnistuneiden ja suosittujen käyttäjännovaatioiden kautta useat harrastajatiimit voivat saada rohkeutta koetella taitojaan myös kaupallisella puolella (Baldwin, Hiennerth & von Hippel, 2006). Tämä on varsin looginen askel, sillä useilla laadukkailla ja laajoilla käyttäjännovaatioilla on takanaan jo suuri kannattajakunta, jotka saattaisivat olla valmiita ostamaan peliä myös kaupallisena versiona. Tämä saa tukea Franken & von Hippelin (2003) artikkelista, jossa laskettiin käyttäjien mahdollista maksuhalukkuutta (willingness-to-buy, WTP) ohjelmistoalan käyttäjännovaatioiden suhteen, mikä osoittautui varsin suureksi. Suoria johtopäätöksiä on kuitenkin vaarallista vetää erilaisia tuotteita koskevasta tutkimuksesta. Tämä antaisi kuitenkin ainakin vihjeitä kaupallisen toiminnan mahdollisuuksista.

Myös Suomessa on eläviä esimerkkejä yrityksistä, jotka ovat ponnistaneet juuri modien pohjalta varsinaiseen liiketoimintaan. Näistä ensimmäinen on Iceflake Studios, joka suosittun Finnwars-modin perusteella päätti tehdä itsenäisen ja kaupallisen jatko-osan pelilleen. Jatko-osa, Finnwars 2, on vielä kehitysvaiheessa, joten mallin menestyksellisyyttä on vaikea vielä mitata. Toinen esimerkki on suomalainen LudoCraft, joka saavutti menestystä modillaan aiemmin mainitsemani Epic Gamesin Make Something Unreal –kilpailussa, ja voitti sieltä käyttöönsä Unreal-pelimoottorin lisenssin. Tämän lisenssin ja saavuttamansa suosion avulla he ovat tehneet kasvattaneet liiketoimintaansa, joka keskittyy tosin enemmän opettavaisiin peleihin kuin perinteiseen peliviihteeseen. Siirtyminen käyttäjännovaattorista (user-innovator) käyttäjätuottajaksi (user-manufacturer) on siis hyvin mahdollinen (Baldwin et. al, 2006)

On siis selvää, että käyttäjännovaatioiden luonti on erittäin otollinen kasvualusta teollisuuden tarpeisiin, niin työntekijöiden kuin uusien yrityksiensäkin osalta. Hieman yksinkertaistaen voidaan sanoa, että monipuolisten ja laajojen käyttäjännovaatioiden luonti on pelinkehitystä ilman liiketalouden paineita ja riskejä. Itse näkisin, että tämä saattaisi olla erittäin vahva tapa, jolla käyttäjännovaatiot pystyvät vaikuttamaan peliteollisuuteen, etenkin jos peliteollisuus ymmärtää hyödyntää sen tarjoamat mahdollisuudet täysipainoisesti.

### *Emotuotteen jatkaminen käyttäjännovaatioilla*

Tämä on mielenkiintoinen esimerkki, miten käyttäjännovaatiot pystyvät liki saumatta yhdistymään kaupalliseen emotuotteeseen ja samalla lisäämään emotuotteen elinkaarta merkittävästi. Suurin osa tämänkaltaisista pelien elinkaarten pidennyksistä menee innokkaiden harrastajien uurastuksen ansioksi, ja useimmat näistä tuotoksista julkaistaan ilmaiseksi normaalien käyttäjännovaatioiden tapaan. Esimerkkejä näistä ovat aiemmin mainitsemani Jagged Alliance 2:n (Sir-Tech) käyttäjäpäivitykset ja Fallout 2:n (Black Isle Studios) käyttäjien itse tekemät laajennukset ja korjaukset vuosia alkuperäisten pelien julkaisun jälkeen. On kuitenkin havaittu tiettyjä esimerkkejä, milloin kyseisenlaisella elvyttävällä toiminnalla on kuitenkin ollut vaikutuksia myös kaupalliselle puolelle.

Tietyissä tapauksissa on havaittu, että käyttäjät voivat ryhtyä itse kehittämään emopeliä kaupallisesti eteenpäin, kun alkuperäinen kehittäjä ei ole enää kiinnostunut projektista. Joissain tapauksissa käyttäjät ovat jopa ostaneet oikeudet kaupallisesti myydä omaa versiotaan kaupallisesti eteenpäin. Tämä ei ole kovin yleinen käytäntö, mutta sitäkin kiinnostavampi. On kuitenkin hyvä mainita, että useimmiten näissä tapauksissa pelituotteiden henkiinherätys on normaalien käyttäjännovaatioiden tapaan ilmaista ja julkista toimintaa. Kaupallista toimintaa sisältäviä tapauksia on kuitenkin olemassa. Tästä esimerkkinä voidaan käyttää Falcon 4 -lentosimulaattorin tapaus (Wikipedia: Falcon 4: Allied Force). Sen jälkeen kun alkuperäinen pelinkehittäjä MicroProse oli lopettanut lentosimulaattorin tukemisen, joukko innokkaita käyttäjäyhteisön jäseniä muodosti oman yrityksen ja hankki itselleen Atarilta lisenssin kyseiseen peliin. He kehittivät alkuperäistä peliä eteenpäin, ja alkoivat myydä paranneltua peliä omana tuotteenaan.

Tämä on aivan erinomainen esimerkki käyttäjäyhteisöjen kyvyistä ja yhteistyömahdollisuuksista peliyhtiöiden kanssa. Tämä myös osoittaa, että tuotteistamisaloitteen ei tarvitse tulla peliyhtiöstä, vaan myös käyttäjillä on halutessaan valta käsissään. Nämä esimerkit myös todistavat, että käyttäjännovaatiot todella pidentävät runsaasti eri pelibrändien ja –tuotteiden elinikää, parhaimmillaan jopa monella vuodella.

## *Käyttäjännovaatioiden vaikutus kaupallisiin pelituotteisiin*

Olen käsitellyt aiemmin työssäni käyttäjännovaatioita kaupallisessa mielessä itsenäisinä tuotteina. On kuitenkin kiinnostavaa huomata, että käyttäjännovaatioiden ominaisuudet havaintojeni mukaan näyttäisivät kuitenkin vaikuttavan myös julkaistujen kaupallisten pelituotteiden ominaisuuksiin. Itsenäiset ja laajat käyttäjännovaatiot, etenkin totaaliset muunnokset (total conversions), usein poikkeavat rakenteeltaan pelien normaaleista lisäosista, maksullisista päivityksistä tai episodimaisista peleistä.

Nämä vaikutukset eivät välttämättä ole levinneet kovin laajalle peliteollisuudessa, mutta muutamien pelien kohdalla tietyt vaikutukset ovat näkyviä. Esimerkkinä käyttämässäni *Neverwinter Nights* –pelissä pelinkehittäjä Bioware alkoi itse julkaisemaan maksullisia, itse kehittämiään moduuleita, jotka olivat tehty samoin työkaluin kuin mitkä he olivat käyttäjilleen itse antaneet. Täten voidaan nähdä, että käyttäjännovaatiot voidaan nähdä uutena ja itsenäisenä tuotetyyppinä. Tämä on erittäin kiehtova näkökulma, koska sen kaupallinen soveltaminen on vasta muutamien kokeilujen varassa. Riskinä tämäntyyliisessä liiketoiminnassa on kuitenkin se, että tuottavatko ne tarpeeksi lisäarvoa kuluttajille, joilla on kuitenkin potentiaaliset mahdollisuudet tehdä sama myös ilmaiseksi.

Toinen kiinnostava esimerkki löytyy arvostetusta *Civilization*-pelisarjasta. Sarjan neljäs osa otti lisäosissaan varsin kiinnostavan suhtautumisen lisäsisältöön. Perinteisen tavan sijaan, jossa pelinkehittäjä itse lisää alkuperäiseen peliin lisäsisältöä, pelin kehittäjä Firaxis päätyi toisenlaisen ratkaisuun. He laittoivat suuren osan kehittämänsä *Warlords* -lisäosan sisällöstä itsenäisten ja valinnaisten modien muotoon, jotka tarjosivat pelaajalle erilaisia skenaarioita ja teemoja, joista valita pelikokemuksensa. Perinteisen sisällönjatkamisen ja -lisäämisen sijaan he suorittivat käyttäjännovaatioille ominaista sisällön varioimista, esimerkiksi erilaisten teemojen ja pelimekaniikan vaihtelun muodossa. Tässä lähestymisessä näen selvät vaikutukset käyttäjännovaatioiden saralta. Tämä erityisesti painottui Firaxiksen peliin julkaisemassa toisessa *Beyond the Sword* -lisäosassa, jossa he olivat tehneet yhteistyötä käyttäjien kanssa ja sisällyttäneet myös heidän laatimiaan laadukkaita modeja lisäosan sisältöä rikastamaan.

Nämä esimerkit tarjoavat vilauksen siitä, miten luovalla liiketoiminnallisella ajattelulla voidaan käyttää hyväksi käyttäjännovaatioiden havaittuja ominaisuuksia ja eroavaisuuksia



perinteisistä pelituotteista. On erittäin kiinnostavaa ajatella käyttäjänovaatioita omana tuotetyyppinään, jollaisia myös kaupalliset toimijat itse pystyisivät kehittämään. Edellä olevat esimerkit myös osoittavat, että se on myös mahdollista.

### *Käyttäjänovaatioiden vaikutukset kehitysprosessiin*

Tässä viimeisessä osuudessa esittelen vielä erään esimerkin varjolla, miten käyttäjänovaatiot voivat myös vaikuttaa pelituotteiden kehitysprosessiin. Tässä tapauksessa en puhu perinteisestä testaamis- tai palauteprosessista, jotka usein ovat tärkeä osa pelien normaalia kehitystä. Tässä osiossa ideani on esitellä ajatus, että pelisuunnittelijat kehittävät peliä yhteistyössä käyttäjien kanssa. Minun on kuitenkin todettava, että käyttämäni esimerkki on varsin ainutlaatuinen, mutta se esittelee todella hyvin mahdollisuuksia, joita myös itse käyttäjänovaatioiden kehitysprosessilla on mahdollisesti tarjottavana peliyhtiöille.

Esimerkkini tulee Mount & Blade –pelin kehitysprosessista. Peliä alettiin kehittää hyvin pienimuotoisesti, kahden henkilön voimin. Normaaleista käytännöistä poiketen pelinkehittäjät päättivät julkaista pelin hyvin varhaisessa vaiheessa ja jatkaa sen kehittämistä vahvasti vielä julkaisun jälkeen. Tämä varhainen julkaisu avasi mahdollisuuden vahvalle yhteistyölle kasvavan käyttäjäyhteisön kanssa, joka antoi palautetta ja ehdotuksia jokaisesta pelin uudesta versiosta. Näin käyttäjät pääsivät vaikuttamaan merkittävästi pelin rakenteisiin ja kehitykseen jo aikaisessa vaiheessa. Tämänkaltainen avoin kehitysprosessi on ehkä paras mahdollisuus käyttäjien innovatiivisille ideoille päästä mukaan valmiiseen pelituotteeseen. Työssäni olen useaan otteeseen maininnut, että pelaajien ideat eivät juurikaan ole saaneet vastakaikua peliyhtiöissä tai niillä ei useinkaan ole vaikutusta pelien kehitykseen, mutta tämänkaltaisessa enemmän käyttäjänovaatioiden kehitysprosessia vastaavassa pelikehityksessä tilanne on kuitenkin toinen.

Kehitysprosessissa oli myös monia muita käyttäjänovaatioita muistuttavia piirteitä, käyttäjien mukaan ottamisen lisäksi. Tuotoksen julkaisu aikaisessa vaiheessa on hyvin perinteinen tapa toimia pelialan käyttäjänovaatioiden parissa. Samalla tavalla yleistä on myös vilkas päivitystiheys. Usein normaaleissa pelituotteissa päivitykset hiovat peliä paremmaksi, mutta Mount & Bladen tapauksessa päivitykset usein muuttivat peliä radikaalisti erilaiseksi ja toivat täysin uusia ominaisuuksia peliin. Tämä on myös usein hyvin ominaista

pitkän kehityskaaren käyttäjännovaatioille. Tämä esimerkki tuo ilmi, että myös pelinkehittämisessä on vaihtoehtoja. Käyttäjännovaatioista ja niiden luomisprosessista voi myös ottaa harkitusti mallia kaupalliseen pelikehitykseen.

Täytyy kuitenkin mainita, että Mount & Blade –pelin kehittänyt Taleworlds on hyvin pieni ja kevyt organisaatio, joka on täten kykeneväinen hyvin joustavaan toimintaan. Tämä piti paikkansa erityisesti pelinkehityksen alkuvaiheessa, kun peliä myytiin itsenäisesti verkossa. Tämä poisti valtaosan aiemmassa kirjallisuusanalyysissä mainitsemistani sidosryhmäpaineista. On myös syytä muistaa, että pelin kehitysaika on ollut myös hyvin pitkä normaalipeleihin verrattuna. Pelin ensimmäinen versio julkaistiin jo vuonna 2005 ja valmis versio 1.0 vasta vuonna 2008.

Ei voida sanoa, että tämä kehitystapa olisi parempi kuin normaalit peliteollisuuden käytännöt. Esimerkki kuitenkin näyttää, että käyttäjien integroiminen tiiviimmin kehitysprosessiin on mahdollista ja sillä voidaan myös saavuttaa hyviä tuloksia. Se myös osoittaa, että käyttäjännovaatioiden kehitysprosessista on tietyissä tapauksissa mahdollista ottaa onnistuneesti vaikutteita. Todennäköisesti nämä vaikutteet istuvat parhaiten juuri pienimuotoisiin ja itsenäisiin peliprojekteihin, joilla on varsin löyhät ajalliset ja kustannukselliset rajoitteet, kuten Mount & Blade –pelin tapauksessa oli kyse. Tämä vahvistaakin kirjallisuusanalyysissäni (luku 7.1) tekemää havaintoani, että riippumaton (independent) pelituotanto on erittäin lähellä käyttäjäyhteisöissä tapahtuvaa käyttäjännovaatiotoimintaa.

### *Yhteenveto*

Tämän luvun tarkoituksena oli esitellä erilaisia tapoja, joilla käyttäjännovaatioilla voi olla vaikutuksia myös kaupallisiin tuotteisiin ja toimijoihin. Mainitsemani vaikutusmahdollisuudet eivät ole vielä yleisiä tai laajalti käytössä. Tarkoitukseni oli kuitenkin osoittaa olemassa olevin esimerkein, että käyttäjännovaatioiden kaupallisia vaikutuksia ja mahdollisuuksia voidaan tarkastella laaja-alaisemminkin.

Rahavirtojen sijasta voimme tarkastella vaikutuksia työvoima- ja taitokontribuutioina peliteollisuuteen. Käyttäjännovaatioilla on myös selvä taloudellinen vaikutus uusien,

käyttäjänovaatioiden pohjalta ponnistavien yritysten muodossa. Käyttäjänovaatiot, ja etenkin modit, tuotetyyppinä joita itse peliyhtiö voi kehittää, on erittäin mielenkiintoinen näkökulma kaupallisiin vaikutuksiin. Vaikutukset voivat ulottua myös itse tuotantoprosessiin, jos kaupallinen toimija on halukas tai kykeneväinen toimimaan riittävän avoimesti ja joustavasti käyttäjien tarjoaman palautteen ja ideoiden suhteen. Nämä kaikki mahdollisuudet osoittavat, että käyttäjänovaatioilla saattaa olla myös monipuolisempia sovelluksia kuin mitä kaupalliset toimijat tai edes olemassa oleva kirjallisuus aiheesta ovat vielä oivaltaneet.

## **8. Johtopäätökset**

Työni päätavoitteena on ollut rikas kuvaus pelialan käyttäjännovaatioista. Tähän olen pyrkinyt kuvaamalla monipuolisesti käyttäjännovaatioihin liittyviä asenteita sekä yleisimpiä käytäntöjä. Varsinaisia testattavia hypoteeseja en työssäni asettanut. Tämän viimeisen luvun tarkoituksena on vetää yhteen työni aikana tekemäni päätelmät, ja katsoa millaisia johtopäätöksiä niistä voidaan tehdä.

### *Ilmiön luonteesta*

Käyttäjännovaatiot pelialalla ovat varsin nuori ilmiö, joka on saanut kunnolla alkunsa vasta noin reilu vuosikymmen sitten. Tämän vuoksi paneuduin työssäni varsin paljon juuri itse ilmiön ominaisuuksien ja käytäntöjen selvittämiseen. Tämä on ollut eräs aihealue, johon tieteellisessä keskustelussa aiheesta ei ole juurikaan paneuduttu.

Näin lopuksi voimme tehdä johtopäätöksen, että käyttäjännovaatiot pelialalla ovat tyystin erillinen ilmiö esimerkiksi Open Source –metodista. Nämä kaksi ilmiötä on kirjallisuudessa usein niputettu yhteen (mm Scacchi (2004), Gallagher & West (2006)), mutta niin tekisi. Yhtymäkohtia näiden kahden ilmiön välillä havaitsin runsaasti, mutta loppujen lopuksi en katso että näitä kahta ilmiötä voidaan käsitellä yhteisen nimikkeen alla. Havainnoimani ominaisuudet käyttäjännovaatioissa poikkesivat hyvin merkittävästi Open Sourcen vastaavista. Pelialan käyttäjännovaatiot syntyvät käyttäjien ja peliyhtiöiden yhteisen toiminnan symbioosista. Havaitsin etenkin käytäntöjä tutkiessani, että kaupallisten yhtiöiden panos on merkittävä laadukkaiden käyttäjännovaatioiden synnylle. Pelikulttuurin käyttäjännovaatiot vaativat tietyn alkupanoksen peliyhtiöiden suunnalta päästäkseen alulle. Tämä vaadittu yhteistyö kaupallisten ja epäkaupallisten toimijoiden välillä on suuri erottava tekijä, kun puhutaan pelialan käyttäjännovaatioiden autonomiasta ilmiönä.

Toinen merkittävä erottava tekijä, jonka havaitsin, oli ilmiöön liittyvät merkitykset. Monissa käyttäjännovaatioihin liittyvissä artikkeleissa puhutaan hyödyistä käyttäjälle, mutta hyödyn aspekti pelien käyttäjännovaatioiden suhteen on poikkeava. Open Source -metodissa hyödyt ovat useimmiten pragmaattisia, jotka parantavat esimerkiksi ohjelmistojen käytettävyyttä tai turvallisuutta. Pelialan käyttäjännovaatioiden kohdalla merkitys painottuu hyvin pitkälti

parantuneeseen kokemuksellisuuteen ja sen tuomaan nautintoon. Pelejä ei mielestäni voi arvioida käytännöllisin perustein. Tämä on erittäin perustavanlaatuisen ero, joka mielestäni tulisi tieteellisessä keskustelussa aiheesta tuoda selvästi esille. Tämä on myös varmasti seikka, joka peliyhtiöiden tulisi ymmärtää käyttäjännovaatioita pohtiessaan.

Mainitsin myös yhtäläisyydet. Niitä löytyi havaintojeni mukaan juuri tavassa, miten käyttäjyhteisöt organisoivat toimintansa käyttäjännovaatioiden suhteen. Organisaatiotavat muistuttivat hyvin läheisesti Open Source –lähestymistä käsittelevässä kirjallisuudessa mainittuja organisaatiotapoja (mm. Moon & Sproull (2002), Scacchi (2004), Lethbridge, Elliot & Singer (2005)), joten yhtymäkohtia näiden kahden ilmiön välillä selvästi on. Open Source –projektien tapaan useimmat käyttäjyhteisöt pelialallakin olivat varsin autonomisia ja käyttäjävetoisia (kts. von Hippel, 2007), eivät niinkään sponsoroituja tai ulkopuolelta ohjattuja (West & O’Mahony, 2005). Tämä kävi erityisesti ilmi tarkastellessani käyttäjyhteisöihin liittyviä käytäntöjä toisessa empiirisessä osuudessani. Kiinnostavaksi eroksi kuitenkin muodostui seikka, että peliharrastajien yhteisöt painottivat hyvin paljon yhteisöllisyyttä ja jaettuja keskinäisiä kokemuksia yhteisöissään perinteisen ongelmanratkonnan ja avunannon lisäksi. Tämä seikka mielestäni jälleen korostaa pelaamisen erilaisia lähtökohtia ja pelialan käyttäjännovaatioiden harrastajalähtöisyyttä.

Näen kuitenkin, että pelialan käyttäjännovaatiot ilmiönä ehdottomasti ansaitsee paikan erillisenä tutkimuksen kohteena, ei vain Open Source –metodin alaviitteenä.

### *Käyttäjännovaatioiden suosion problematiikka*

Tämä pulma liittyy erityisesti tekemääni kyselyyn käyttäjännovaatioihin liittyvistä asenteista. Aineistostani kävi selvästi ilmi, että harrastajat suhtautuvat erittäin innostuneesti pelien käyttäjännovaatioihin. He myös käyttävät ja jopa osallistuvat niiden luontiin varsin innokkaasti. Käyttäjännovaatiot ovat myös levinneet peligenrestä toiseen erittäin vikkellästi 2000-luvun aikana. Vaikuttaisi, että asiat ovat käyttäjännovaatioiden suhteen varsin hyvin, ja myös harrastajat itse olivat suurelta osin tätä mieltä. Aineistoni perusteella näyttäisi myös, että harrastajat sekä pelituotteet hyötyvät käyttäjännovaatioista hyvin monin eri tavoin.

Ilmiön tulevaisuuteen liittyy kuitenkin oman näkemykseni mukaan suuria uhkia. Ensimmäinen suuri uhka on se, että käyttäjännovaatiot ovat tähän mennessä olleet hyvin pitkälti vannoutuneiden harrastajien aluetta. Aloittelijoille tai satunnaisemmille harrastajille käyttäjännovaatioihin tutustuminen voi olla hyvin vaikeaa ja niistä voi olla hyvin vaikeaa edes kuulla, jos ei ole peliharrastukseen vihkiytynyt. Pelimarkkinoiden trendi on näkemykseni mukaan kuitenkin kääntymässä helposti omaksuttavien ja suureen yleisöön vetoavien pelien suuntaan. Mikäli käyttäjännovaatiot eivät kykene nousemaan suuremman yleisön tietoisuuteen ja tai niitä tehdä helpommin lähestyttäviksi, niin riskinä voi olla se, että peliteollisuus saattaa tyystin syrjäyttää käyttäjännovaatioiden tukemisen. Tällöin ilmiö saattaa jäädä pysyvästi marginaaliseen asemaan. Itse näen, että tällä hetkellä käyttäjännovaatiot elävät aikaa, jolloin ne todella saattavat nousta merkittäväksi ilmiöksi pelikulttuurissa. Paljon riippuu siitä, minkälainen suhtautuminen käyttäjännovaatioihin otetaan tulevaisuudessa.

Toinen vakava uhka on käyttäjännovaatioiden laiterajoittuneisuus. Liki kaikki vakavasti otettava ja innovatiivinen käyttäjäsältö tehdään PC:lle. Joitain varsin onnistuneita yrityksiä käyttäjien vaikutusmahdollisuuksien parantamiseksi on myös tehty konsoleilla, parhaina esimerkkeinä LittleBigPlanet (Sony) ja Far Cry 2 (Ubisoft). Erityisesti käyttäjännovaatioiden teknisesti vaativampi ja innovatiivisempi osuus eli modit ja modaus ovat kuitenkin nykyisillä laitteistoilla edelleen hyvin rajoittuneita PC:lle. Myös harrastajien vastauksista tämä tendenssi kävi ilmi. Heidän mukaansa käyttäjännovaatiot ovat valttikortti PC:n pelikäytölle pelikonsoleihin verrattuna ja käyttäjännovaatiot eivät pärjää ilman PC:tä.

PC pelialustana on kuitenkin viime vuosina näyttänyt hiipumisen merkkejä, ainakin suurien pelijulkaisujen osalta. PC:n merkityksen väheneminen olisi erittäin suuri kolaus käyttäjännovaatioille, sillä kaupallisten toimijoiden panostus käyttäjännovaatioihin on kuitenkin olennainen osa käyttäjännovaatioiden olemassaoloa. PC:n asemaa pelialustana on kuitenkin horjuttanut vakavasti muun muassa suurimittainen piratismi, joten aika näyttää miten PC:n ja sen mukana käyttäjännovaatioiden käy tulevaisuudessa.

Tällä hetkellä näyttäisi kuitenkin, että käyttäjännovaatiot seisovat varsin vahvasti, mutta tulevaisuuden näkymät ovat epävarmoja, jos peliteollisuus jatkaa suuntautumista pelikonsolien suuntaan. Käyttäjännovaatiot ja käyttäjäyhteisöt voisivat olla mahdollisia yhteistyökumppaneita peliyhtiöille, mutta havaitsemani käytännöt kuitenkin osoittavat että

von Hippelin (1994) esittelemä tiedonkulun ja –vaihdon tahmeus (stickiness) pitää erittäin vahvasti paikkansa myös peliteollisuudessa. Avointa tiedonkulkua on havaintojeni mukaan varsin vähän käyttäjien ja teollisuuden toimijoiden välillä, varsinkaan innovaatioiden tai ideoiden muodossa. Täten näen, että käyttäjänovaatioiden tilaa ja näkymiä on mielenkiintoista tarkastella myös tulevaisuudessa. Jäävätkö käyttäjänovaatiot ohimeneväksi ilmiöksi vai muodostuuko niistä pysyvä osa pelikulttuuria ja -teollisuutta?

### *Tutkimuksen löydökset verrattuna aiempaan tutkimustietoon*

Kuten aiemmin työssäni olen maininnut, käyttäjänovaatiot pelialalla ovat varsin uusi ilmiö, mutta tutkimuksellisesta näkökulmasta liki lapsenkengissä. Tämä olikin eräs syy lähteä kuvaamaan ilmiötä sen konkreettisten käytäntöjen ja asenteiden kautta, koska tutkimustietoa ilmiöstä itsestään on erittäin vähän. Tämä aiheuttaa hieman hankalan tilanteen, koska olemassa olevia paradigmoja aiheesta ei ole juurikaan vielä muodostunut. Tutkimustietoa, jota pelialan käyttäjänovaatioista kuitenkin löysin oli varsin arvokasta ja paikkansa pitävää. Tutkimukseni varsinkin vahvistaa Jeppesenin & Molinin (2003) näkemykset käyttäjäyhteisöjen keskinäisestä vuorovaikutuksesta, joka toimii vastavuoroisesti ja toisiaan auttaen. Myös Soven et al. (2007) artikkelissaan käsittelemä yksilön ja yhteisön symbioottinen oppimissuhde omasta mielestäni sai erityisesti vastakaikua havaitsemisani sosiaalisissa käytännöissä. Useamman artikkelin painottama (mm. Prügl & Schreier (2006) sekä Piller, Ihl, Füller & Stotko (2004)) työkalupainotteinen lähestyminen käyttäjänovaatioihin oli myös erittäin oleellinen osa havaintojani. Näkemyksieni mukaan myös pelialan käyttäjänovaatioihin liittyvät motivaatiotekijät olivat hyvin pitkälti linjassa Open Source –metodin havaittujen motivaatiotekijöiden kanssa (mm. Lakhani & von Hippel (2003); Hertel, Niedner & Herrmann (2003) ja Shah (2006))

Argumentoin myös, että käyttäjänovaatioiden pitkäaikaisen tutkijan, Eric von Hippelin, teorialat käyttäjänovaatioista pätevät vahvasti myös pelialan käyttäjänovaatioiden tapauksessa. Erityisesti tukea sai Katzin & von Hippelin (2002) malli käyttäjätökaluista, joilla käyttäjät voivat itsenäisesti kehittää ratkaisujaan ilman tuottajien interventioita. Samaten tiedon kulun tahmeus (von Hippel, 1994) käyttäjien ja teollisuuden kaupallisten edustajien välillä kävi erittäin hyvin esille tekemissäni haastatteluissa sekä käyttäjille suuntaamassani kyselyssä. Aineistossani tukea saivat myös Baldwinin, Hienertthin & von Hippelin (2006)

lanseeraamat näkemykset käyttäjänovaatioiden luonnin kustannuksista ja käyttäjyhteisön jäsenien rooleista. Näkemykseni kuitenkin erosivat sen suhteen, että käyttäjänovaatioissa voisi saavuttaa käyttäjyhteisöjen toiminnan kautta tietyn vakaan maksimaalisen hyödyn, kuten he argumentoivat. Itse havainnoin, että pelien kohdalla maksimaalinen hyöty on ainoastaan väliaikainen olotila, joka väistyy lopulta uudempien ja tuoreempien innovaatioiden tieltä. Tämä liittyy aiemmin mainitsemini pelaamisen ja pelien sisäiseen logiikkaan (kts. Koster, 2005). Myös von Hippelin (2007) laatimat perussäännöt autonomisen käyttäjyhteisön toiminnalle saivat tukea, kun havainnoin käyttäjyhteisöjen teknisiä ja sosiaalisia käytäntöjä.

Aiempaan tutkimustietoon verrattuna löydökseni ja ajatukseni pelialan käyttäjänovaatioiden merkityksestä toivat yhden uuden näkökulman, miltä ajatella käyttäjänovaatioiden hyötyjä. Hyödyistä puhuminen pelien suhteen on harhaanjohtavaa, ja silti sitä tehdään useimmissa pelien käyttäjänovaatioista kertovissa artikkeleissa. Itse näin, että minun piti työssäni täsmentää tätä seikkaa, jolloin päädyin puhumaan mieluummin käyttäjänovaatioiden tavasta kehittää ja parantaa pelikokemusta. Tämä on uusi näkökulma käyttäjänovaatioiden merkitykseen, sillä itse en siihen lukemissani tutkimuksissa törmännyt.

Toinen merkittävä antini aiempaan tutkimustietoon verrattuna on se, että työssäni kävi ilmi, että käyttäjänovaatiot hyödyttävät käyttäjiään hyvin monin eri tavoin ja eri käyttäjillä on usein hyvinkin erilaiset odotukset käyttäjänovaatioiden suhteen. Käyttäjänovaatiot eivät vain lisää pelin kestoa (West & Gallagher, 2006) tai räätälöi peliä käyttäjän tarpeisiin. Etenkin suurten modien ja totaalisten muunnosten (total conversion) kohdalla erityisesti tuotosten innovatiivisuus ja niiden tarjoamat uudet kokemukset nousivat esille käyttäjien vastauksissa. Työni tarjoaa aiempaa kattavamman kuvan siitä, mitä käyttäjänovaatioista voi parhaimmillaan saada irti.

Kolmas, mielestäni merkittävin, anti työlläni oli laajentaa ja rikastaa kuvaa itse pelien käyttäjänovaatioista ilmiönä. Tähänastisessa tutkimuksessa ilmiötä oli käsitelty joko alisteisena Open Source –lähestymiselle (West & Gallagher, 2006) tai vaihtoehtoisesti käsitelty ilmiötä vain suppeiden, yksittäisten kysymysten tasolla (kuten mm. Arakji & Lang (2007) sekä Jeppesen (2004)). Hyvää yleistä kuvailua ilmiöstä ei tutkimustiedossa vielä ole ollut olemassa tai hyvää perusalustaa, jolta ilmiötä voi alkaa tutkia entistä syvemältä.



Tämän tavoitteen saavuttamiseen oma työni pyrkii antamaan oman panoksensa ja toimimaan päänavauksena tämän kiehtovan ilmiön laajemmalle ja tarkemmalle kuvaukselle.

### *Tutkimukseni vahvuudet ja rajoitukset*

Näen, että tutkimukseni vahvuudet ovat ehdottomasti sen aineiston laajuudessa ja monipuolisuudessa. Pyrkimykseni työssäni oli luoda mahdollisimman rikas ja laaja kuva käyttäjännovaatioista ilmiönä. Työssäni en luonnollisesti voinut sen laajuuden vuoksi päästä kovin syvälle yksittäiseen aihepiiriin, mutta en katso tätä heikkoudeksi. Tarkoitukseni ei ollut sanoa kaikkea mitä on sanottavissa pelialan käyttäjännovaatioista, vaan nimenomaan rakentaa pätevää kuvausta itse ilmiöstä. Tämä tavoite, jossa toivon mukaan olen onnistunut.

Vahvuuksiksi näen myös sen, että olen pyrkinyt juuri tarkastelemaan käyttäjäyhteisöjen ja käyttäjännovaatioiden toimintaa käytännön tasolta. Tällöin antamani kuva tästä kiinnostavasta ilmiöstä ei jää ainoastaan teoreettiselle tai mielikuvien tasolle, vaan antaa oikeaa, elävää kuvaa siitä, mitä käyttäjäyhteisöissä oikeasti tapahtuu. Tämänkaltaista käytännön lähestymistä olemassa olevassa aiheen tutkimuksessa on harjoitettu varsin vähän, etenkin kun kyseessä on hyvin uusi tutkimuksen kohde.

Työni heikkouksiksi ja rajoituksiksi katsoisin sen, että pyrkiessäni kuvaamaan käytäntöjä ja asenteita, olen toiminut hyvin pitkälti ainoastaan näkyvien käytäntöjen ja julkisen tiedon varassa. Minulla ei ollut aikaa ottaa yhteyttä käyttäjäyhteisöiden huippukäyttäjiiin (lead-user), jolloin olisin saanut tietoa myös kullisten ja näkyvän yhteisön takaisista käytännöistä. Olen hyvin tietoinen siitä, että yhteisöjen keskustelupalstojen näkyvät käytännöt ovat vain yksi osa käytännöistä. Tämän vuoksi on myös varsin hankalaa tehdä kovin syviä johtopäätöksiä havainnoistaan, koska osa totuudesta on piilossa. Tämä olisi kuitenkin aivan erinomainen jatkotutkimuksen aihe.

Toinen heikkous työssäni oli juuri metodologia-osuudessakin mainittu peliyhtiöihin liittyvien käsityksien ja johtopäätösten hankala yleistettävyys. Haastatteluideni vähäinen määrä sekä niiden keskittyminen suomalaisiin peliyhtiöihin eivät anna täydellistä tai täysin validia kuvaa koko teollisuuden alan suhtautumisesta käyttäjännovaatioihin. Tämän vuoksi olen tarkoituksella pyrkinyt jättämään kovin suuret johtopäätökset peliyhtiöiden osalta tekemättä,

sillä olemassa oleva aineistoni ei ole siihen riittävän kattava. Jotta pelialan toimijoiden käsityksistä voitaisiin tehdä pitävämpiä johtopäätöksiä, tulisi tutkimuksen aineiston heidän kannaltaan olla paljon laajempi ja tutkimuksen fokuksen tulisi keskittyä juuri heihin. Tutkimuksessani peliyhtiöt olivatkin enemmän sivuroolissa, painopisteeni ollessa pääasiallisesti käyttäjyhteisöjen ja -innovaatioiden tutkimuksessa.

### *Tutkimuksen mahdolliset käytännön implikaatiot*

Tutkimuksellani olisi potentiaalia olla tietynlainen johdanto peliyhtiöille, jotka ovat kiinnostuneita tutustumaan käyttäjännovaatioiden mahdollisuuksiin ja niihin liittyviin käytäntöihin.

Toisekseen, näkisin että pelinkehittäjät saattaisivat olla hyvin kiinnostuneita tietämään, että suurin osa harrastajista suhtautuu erittäin positiivisesti käyttäjännovaatioihin ja kokee hyötывänsä niistä merkittävästi. Tutkimuksellani voisi potentiaalisesti olla tietynlainen sillanrakentajan rooli, joka informoisi pelisuunnittelijoita käyttäjännovaatioiden nykytilasta.

Kolmanneksi näkisin, että työni voisi mahdollisesti antaa uusia näkökulmia ihmisille, käyttäjille tai pelisuunnittelijoille, jotka ovat jo tutustuneet käyttäjännovaatioihin. Tutkimuksellinen ote ja käytännöllinen, kokonaisvaltainen näkökulma tutkimuksessani saattaa antaa mahdollisuuden ihmisille nähdä asioita uudessa valossa, ja ottaa siten paremmin huomioon käyttäjännovaatioissa ja –työkaluissa vaadittavia seikkoja.

### *Mahdollisia jatkotutkimuksen aiheita*

Itse näen, että ehdottomasti tärkein työni aikana esiin noussut lisätutkimuksen aihe on käyttäjännovaatioiden hyödyn selvittäminen peliyhtiöiden näkökulmasta. Tämä vaatisi laadullisen tutkimuksen sijasta määrällistä tutkimusta, koska teollisuuden vaatimukset eivät kohdistu samoihin kokemuksellisiin aspekteihin kuin käyttäjien. Olemassa olevassa tutkimustiedossa ei ole pelialan käyttäjännovaatioiden osalta vielä kukaan uskottavasti todennettu, että käyttäjännovaatioista olisi taloudellista hyötyä peliyhtiöille. Tähän olisi ehdoton tarve.

Muita kiinnostavia tutkimuksenkohteita olisivat pelikulttuurin käyttäjäyhteisöjen vallankäytön ja sen organisoinnin tutkiminen. Tässä tutkimuksessa havainnointini keskittyivät pääasiassa vallan ja maineen näkyviin ilmentymiin yhteisöissä, mutta olisi erityisen kiinnostavaa tutkia aihetta syvempää ja myös implisiittisten käytäntöjen sekä kirjoittamattomien sääntöjen näkökulmasta.

Kolmantena hyvin kiinnostavana sekä merkittävänä tutkimuksenaiheena näkisin peliyhtiöiden asenteiden laajemman kartoituksen käyttäjännovaatioiden suhteen. Omassa työssäni sain hieman käsitystä, että peliyhtiöiden suhtautuminen käyttäjännovaatioihin on varsin ristiriitainen. Pelituotteiden kannalta niihin suhtaudutaan yleisesti positiivisesti, mutta taloudellisessa mielessä niiltä ei juurikaan odoteta paljoakaan. Kattavampi tutkimus laajemmalla ja kansainvälisemmällä otoksella tarjoaisi varmasti erittäin mielenkiintoista ja hyödyllistä tutkimustietoa tästä kiinnostavasta ilmiöstä.

Neljäs erittäin mielenkiintoinen tutkimuskohde olisi konsolien mahdollisuudet käyttäjännovaatioiden osalta. Konsolit ovat vuosivuodelta lähestyneet teknisiltä ominaisuuksiltaan PC:tä, esimerkiksi verkottumisen ja palveluiden osalta. Olisi erittäin kiehtovaa lukea analyysi konsolien mahdollisuuksista käyttäjännovaatioiden osalta. Kyseessä saattaisi olla mahdollisesti hieman teoreettisempi selvitys, mutta olisin erittäin kiinnostunut tutustumaan moiseen tutkimukseen.

### *Loppusanat*

Toivon, että tämä tutkimukseni on tarjonnut uutta ja valaisevaa tietoa videopelien käyttäjännovaatioista! Haluan kiittää lämpimästi kaikkia haastattelemani henkilöitä peliteollisuudessa sekä harrastajia, joiden loistavat vastaukset antoivat minulle itsellenikin aivan uusia näkökulmia tutkimuskohteeseeni.

Kiitokset myös veljelleni Arille sekä hyvälle ystävälleni Tomille arvokkaasta palautteesta ja vinkeistä työni tarkistusvaiheessa!

## **Lähteet:**

Arakji, Reina & Lang, Karl (2007): Digital Consumer Networks and Producer-consumer collaboration: Innovation and Product development in the video game industry, *Journal of Management Information Systems*, vol. 24, nro. 2, sivut 195-219, Sharpe Inc.

Baldwin, Carliss; Hienert, Christoph & von Hippel, Eric (2006): How user innovations become commercial products: A theoretical investigation and case study, *Research Policy*, vol. 35, sivut 1291-1313, Elsevier Science

Bourdieu, Pierre (1990): *Logic of Practice*, Polity Press, Cambridge

Brown, John Seely & Hagel III, John (2006): *Creation Nets: Getting the most from open innovation*, McKinsey Quarterly, Issue 2 / 2006, sivut 40-51

Chesbrough, Henry (2003a): *Open innovation: the new imperative for creating and profiting from technology*, Harvard Business School Press, Boston

Chesbrough, Henry (2003b): *The Era of Open Innovation*, MIT Sloan Management Review, Kevät 2003, sivut 35-41, Massachusetts Institute of Technology

Chesbrough, Henry & Appleyard, Melissa (2007): *Open innovation and Strategy*, California Management Review, vol. 50, nro. 1, sivut 57-76, University of California, Berkeley

Cleveland, Charlie (2001): *The past, present and future of PC Mod Development*, Game Developer, vol. 8, nro. 2, sivut 46-49, ABI/INFORM

Csikszentmihalyin, Mihaly (1990): *Flow – The psychology of optimal experience*, Harper Perennial, New York

Eriksson, Päivi & Kovalainen, Anne (2008): *Qualitative Methods in Business Research*, SAGE Publications Inc., Lontoo

Eskelinen, Markku (2005); *Sitran Raportteja nro. 51: Pelit ja pelitutkimus luovassa taloudessa*, Edita Prima Oy, Helsinki

Evans, Philip & Wolf, Bob (2005): *Collaboration Rules*, Harvard Business Review, July-August 2005, s. 96-104

Franke, Nikolaus & von Hippel, Eric (2003): *Satisfying heterogenous user needs via innovation toolkits: the case of Apache security software*, Research policy, vol. 32, sivut 1199-1215, Elsevier Science

Franke, Nikolaus; von Hippel, Eric & Schreier, Martin (2006): *Finding commercially attractive user innovations: A test of Lead-user theory*, Journal of Product Innovation Management, vol. 23, sivut 301-315, Product Development & Management Association

Fitzgerald, Brian (2004): *A critical look at Open Source*, Computer, vol. 37, nro. 7, sivut 92-94

- Fontana, John (2003): "Flaws put Open Source on hot seat", NetworkWorld, 10.3.2003, vol. 20, nro. 10, sivu 76
- Füller, Johann; Bartl, Michael; Ernst, Holger & Mühlbacher, Hans (2006): Community based innovation: How to integrate members of virtual communities into new product development, Electronic Commerce Research, nro. 6, sivut 57-73, Springer Science + Business Media
- Grantham, Andrew & Kaplinsky, Raphael (2005): Getting the measure of the electronic games industry: Developers and the management of innovation, International Journal of Innovation Management, Vol. 9, nro. 2, sivut 183-213, Imperial College Press
- Henfridsson, Ola & Holmström, Helena (2002): Developing E-commerce in Internetworked Organizations: A Case of Customer Involvement throughout the Computer Gaming Value Chain, ACM Sigmis Database, vol. 33, nro. 4, sivut 38-50
- Hertel, Guido; Niedner, Sven & Herrmann, Stefanie (2003): Motivation of software developers in Open Source projects: an Internet-based survey of contributors of the Linux kernel, Research Policy, vol. 32, sivut 1159-1177, Elsevier Science
- Herz, J.C (1997): Joystick Nation: How Videogames Ate Our Quarters, Won Our Hearts, and Rewired Our Minds, Little Brown, Newyork
- Jeppesen, Lars & Molin, Måns (2003): Consumers as Co-developers: Learning and Innovation Outside the Firm, Technology Analysis & Strategic Management, vol. 15, nro. 3, Carfax Publishing
- Jeppesen, Lars (2004): Profiting from innovative user communities: How firms organize the production of user modifications in the computer games industry, Working Paper Series, Department of Industrial Economics & Strategy, nro 04-3, Copenhagen Business School, haettu osoitteesta: <http://ep.lib.cbs.dk/download/ISBN/8778690978.pdf>
- Koh, J. & Kim, Y.G (2004): Knowledge sharing in virtual communities: an E-business perspective, Expert Systems with Applications, vol. 26, sivut 155-166
- Lakhani, Karim & von Hippel, Eric (2003): How open source software works: "free" user-to-user assistance, Research Policy, vol. 32, sivut 923-943, Elsevier Science
- Lethbridge, Timothy; Susan Elliott & Singer, Janice (2005): Studying software engineers: data collection techniques for software field studies, Empirical Software Engineering, vol. 10, sivut 311-342, Springer Science
- Lüthje, Christian; Herstatt, Cornelius & von Hippel, Eric (2005): User-innovators and "local" information: the case of mountain biking, Research Policy, nro. 34, sivut 951-965, Elsevier Science
- Moon, Jae Yun & Sproull, Lee (2002): Essence of distributed work: the case of the Linux kernel, kirjasta Distributed Work (tekijät: Kiessler, Sara & Hinds, Pamela, MIT Press, Cambridge), sivut 381-404

Noll, John & Scacchi, Walt (1999): Supporting software development in Virtual Enterprises, *Journal of Digital Information*, vol. 1, nro. 4, January 1999

Piller, Frank; Ihl, Cristoph; Füller, Johann & Stotko, Christof (2004): Toolkits for Open Innovation – The case of Mobile Phone Games, *Proceedings of the 37<sup>th</sup> Hawaii Conference on System Sciences*, IEEE

Prügl, Reinhard & Schreier, Martin (2006): Learning from leading-edge customers at The Sims: Opening up the innovation process using toolkits, *R&D Management*, vol 36, nro. 3, sivut 237-250, Blackwell Publishing

Raph Koster (2005): *Theory of Fun for Game Design*, Paraglyph Press Inc., Scottsdale (Arizona)

Scacchi, Walt (2004): Free and Open Source Development Practices in the Game Community, *IEEE Software*, January/February 2004, sivut 59-66, IEEE Computer Society

Schreier, Martin (2006): The value increment of mass-customized products: an empirical assessment, *Journal of Consumer Behaviour*, July-August 2006, , John Wiley & Sons Ltd.

Segelod, Esbjörn & Jordan, Gary: The use and importance of external sources of knowledge in the software development process, *R&D Management*, vol. 34, nro. 3, Blackwell Publishing

Shah, Sonali (2006): Motivation, Governance and the Viability of Hybrid forms in Open Source Software Development, *Management Science*, vol. 52, nro. 7, sivut 1000-1014, INFORMS

Shah, Sonali (2003): Understanding the nature of participation & coordination in Open and Gated source software development communities, *Doctoral Dissertation*, University of Illinois, COSPA Knowledge Base, haettu osoitteesta:  
<http://pascal.case.unibz.it/retrieve/2743/shah3.pdf>

Sowe, Sulayman; Stamelos, Ioannis & Angelis, Lefteris (2007): Understanding knowledge sharing activities in free/open source software projects: An empirical study, *Journal of Systems and Software*, vol. 81, sivut 431-446, Elsevier Science

Sweetser, Penelope & Wyeth, Peta (2005): GameFlow – A model for evaluating player enjoyment in Games, *ACM Computers in Entertainment*, vol. 3, nro. 3, sivut 1-24, ACM

Taft, Darryl (2005): “Open Source obstacles cited”, *eWeek*, 24. tammikuuta, sivu 14

Tschang, Ted (2005): Videogames as interactive experiential products and their manner of development, *International Journal of Innovation Management*, vol. 9, nro. 1, sivut 103-131, Imperial College Press

Von Hippel, Eric (1986): Lead users: A source of Novel Product Concepts, *Management Science*, vol. 32, sivut 791-806

Von Hippel, Eric (1988): *The Sources of Innovation*, Oxford University Press, New York

Von Hippel, Eric (1994): “Sticky information” and the Locus of Problem solving: Implications for Innovation, *Management Science*, vol. 40, nro. 4, sivut 429-439, The institute of Management Sciences

Von Hippel, Eric (2007): Horizontal innovation networks – by and for users, *Industrial and Corporate Change*, vol. 16, nro. 2, sivut 293-315, Oxford University Press

Von Krogh, Georg; Spaeth, Sebastian & Lakhani, Karim (2003): Community, joining and specialisation in open source software innovation: a case study, *Research Policy*, vol. 32, 1217-1241, Elsevier Science

West, Joel (2003): How open is open enough? Melding proprietary and open source platform strategies, *Research Policy*, vol. 32, sivut 1259-1285, Elsevier Science

West, Joel & O’Mahony, Siobhán (2005): Contrasting community building in sponsored and community founded open source projects, *Proceedings of the 38<sup>th</sup> Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, Waikoloa, Hawaii

West, Joel & Gallagher, Scott (2006): Challenges of open innovation: the paradox of firm investment in open source software, *R&D Management*, vol. 36, nro. 3, sivut 319-331, Blackwell Publishing

Whittington, Richard; Mayer, Michael; Molloy, Eamonn & Smith, Anne (2004): The Practice of Organising – Negotiating the Routinisation and Standardization traps, *Academy of Management, Conference Paper*

Whittington, Richard & Jarzabkowski, Paula (2008): A Strategy-as-Practice Approach to Strategy research and education, *Journal of Management Inquiry*, vol. 17, nro. 4, sivut 282-286

Zackariasson, Peter; Walfisz, Martin & Wilson, Timothy (2006): Management of Creativity in Video Game Development: A case study, *Services Marketing Quarterly*, vol. 27, nro. 4, sivut 73-97, The Haworth Press

Zackariasson, Peter; Styhre, Alexander & Wilson, Timothy (2006): Phronesis and Creativity: Knowledge work in Video Game Development, *Creativity and innovation management*, vol. 15, nro. 4, s. 419-429, Blackwell Publishing

#### Analysoitu ammattikirjallisuus (luku 7.1):

Balkin, Jack & Noveck, Beth (toim.), 2006: *The State of Play – Law, game and virtual worlds*, New York University Press, New York & London

Bates, Bob (2003): *Game developer’s Market Guide*, Premier Press, Boston

Bates, Bob (2004): *Game Design 2nd Edition*, Thomson Course Technology PTR, Boston, USA

Dowey, Jon & Kennedy, Helen (2006): Games Cultures – Computer Games as New Media, Open University Press, Maidenhead (UK)

Flynt, John (2005): Software Engineering for Game Developers, Thomson Course Technology PTR, Boston

Fullerton, Tracy; Swain, Christopher & Hoffman, Steven (2004): Game Design Workshop, CMP Books, San Fransisco

Irish, Tom (2005): Game Producer’s Handbook, Thomson Course Technology PTR, Boston

Koster, Raph (2005): Theory of Fun for Game Design, Paraglyph Press Inc., Scottsdale (Arizona)

Larameé, Francois Dominic (toim.)(2003): Secrets of Game Business, Charles River Media Inc., Massachusetts, USA

Manninen, Tony (2007): Pelisuunnittelijan käsikirja, Rajalla Oy, Pello

Michael, David (2003): Indie game development survival guide, Charles River Media, Hingham (Massachusetts, USA)

Rouse III, Richard (2005): Game Design – Theory & Practice, Wordware Publishing Inc., Plano (Texas)

Simmons, Iain (2007): Inside Game Design, Laurence King Publishing, Lontoo

Vuorela, Ville (2007): Pelintekijän käsikirja, BTJ Finland Oy, Gummerus Kirjapaino Oy, Vaajakoski

#### Verkkoviitteet:

ESA – Entertainment Software Association (2008): Essential Facts about Computer and Video Game Industry, [http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA\\_EF\\_2008.pdf](http://www.theesa.com/facts/pdfs/ESA_EF_2008.pdf)

FIGMA – Finnish Games and Multimedia Association (2009): Tilastot, <http://www.figma.fi/tilastot.htm>

Kotaku: Penis Monster Impress Will Wright, 27. Elokuuta 2008, <http://kotaku.com/5042543/spore-penis-monsters-impress-will-wright>

Wikipedia (2009): Falcon 4-Allied Force, [http://en.wikipedia.org/wiki/Falcon\\_4\\_Allied\\_Force](http://en.wikipedia.org/wiki/Falcon_4_Allied_Force)

Wikipedia (2009): Massively Multiplayer Online Game, <http://en.wikipedia.org/wiki/MMO>

Wikipedia (2009): Mod (computer gaming), [http://en.wikipedia.org/wiki/Mod\\_\(computer\\_gaming\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Mod_(computer_gaming))



Wikipedia (2009): Open Source Definition,  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Open\\_Source\\_Definition](http://en.wikipedia.org/wiki/Open_Source_Definition)

Wikipedia (2009): Patch (computing), [http://en.wikipedia.org/wiki/Patch\\_\(computing\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Patch_(computing))

Wikipedia (2009): Video game, <http://en.wikipedia.org/wiki/Videogames>

#### Haastattelut:

Soares, Kim (Creative Director): NitroGames Oy, 16.2.2009

Hyvärinen, Lauri (Projektipäällikkö): Frozenbyte Oy, 25.2.2009

Pääjärvi, Jani (Tuottaja): Bugbear Oy, 17.3.2009

## **LIITTEET:**

### Liite 1: Asennekyselyn kysymysrunko

- Kyselyn osa-alueet:
1. Pelaajien aktiivisuus käyttäjännovaatioiden suhteen
  2. Pelaajien suhtautuminen käyttäjännovaatioihin
  3. Pelaajien osallistuminen käyttäjännovaatioihin
  4. Pelaajien näkemys käyttäjännovaatioiden tulevaisuudesta
- 
1. a) Oletko kiinnostunut pelaajien tekemistä modeista tai patcheista peleihin?  
b) Pelaatko usein pelaajien tekemiä modeja tai käytät heidän tekemiään patcheja? Osaatko arvioida kuinka usein?  
c) Minkä peligenren modeja/patcheja käytät eniten?  
d) Pidätkö itseäsi aktiivisena peliharrastajana?
  2. a) Mitä mieltä olet modeista ja patcheistä? Mitä hyviä tai huonoja puolia niissä näet?  
b) Ovatko modit (ja patchit) mielestäsi innovatiivisia? Jos ovat, niin millä tavoin?  
c) Voivatko modit merkittävästi parantaa alkuperäistä peliä tai voiko modi olla merkittävästi parempi kuin alkuperäinen peli? Mitä ominaisuuksia on erinomaisella modilla tai patchilla?  
d) Onko modeja helppo löytää ja käyttää? Miten löydät kiinnostavimmat modit?
  3. a) Oletko osallistunut tai harkinnut osallistuvasi jonkin modin/patchin tekemiseen? Jos olet, niin moneenko?  
b) Oletko osallistunut modeja koskeviin keskusteluihin nettifoorumeilla tai keskustelupalstoilla? Jos olet, niin miten?  
c) Katsotko uusien modien ja patchien luomisen olevan helppoa ja helposti lähestyttävää? Jos et, niin mitä haasteita näet asiassa?  
d) Onko mielestäsi pelaajilla muita kanavia tai tapoja käyttäjännovaatioiden luontiin? Ovatko modit paras keino pelaajien omien luovien ideoiden esilletuomiseen?
  4. a) Minkälaiseksi näet käyttäjämodyjen ja -patchien tulevaisuuden?  
b) Onko mielestäsi käyttäjämodyillä ja patcheilla (ts. käyttäjännovaatioilla) vaikutusta pelialan yleiseen kehitykseen?  
c) Miten näet vuorovaikutuksen kasvun pelaajien ja peliyritysten välillä? Onko se mahdollisuus vai uhka pelikehitykselle?
  5. Muita kommentteja tai havaintoja modeista tai modeihin liittyvistä asenteista:

## Liite 2: Haastattelujen lopullinen kysymysrunko

### KYSYMYKSET:

#### 1 Aloituskysymykset – yleisesti aiheen ympäriltä:

- a) Oletteko te peliharrastaja työn ulkopuolella? Entä ihmiset yrityksessä muuten?
- b) Miten tärkeitä innovaatiot ovat peliyrityksille? Mitä innovaatioilla ymmärretään?
- c) Miten tärkeänä yhteistyötahona pidätte pelaajia/loppukäyttäjiä? Mitä he merkitsevät yritykselle?
- d) Kuinka tärkeää teille on vuorovaikutus pelaajien/käyttäjien kanssa?
- e) Onko pelaajilla hyviä ideoita noin yleisesti ottaen? Innovatiivisia ideoita? Millaisia ideat ylipäättänsä ovat?
- f) Oletteko te ottaneet pelaajia millään tavalla mukaan kehitysprojekteihinne? Jos on, niin miksi? Jos ei, niin miksi ei?
- g) Ottavatko pelaajat hanakasti yhteyttä firmaan? Jos ottavat niin miten, ja mitä asiaa heillä on?

#### 2 Miten firmat hyödyntävät pelaajien ideoita...

- a) Miten suhtaudutte yrityksessä pelaajien ehdotuksiin ja pyyntöihin?
- b) Hyödynnättekö heidän ehdotuksiaan kuinka paljon?
- c) Etsittekö aktiivisesti hyviä ideoita pelaajilta vai otatteko niitä vain vastaan passiivisesti? Esimerkkejä, jos on?
- d) Onko teillä jotain menetelmiä/prosesseja pelaajien hyvien ehdotusten löytämiseksi, analysoimiseksi ja mahdollisesti toteuttamiseksi?
- e) On mikään pelaajien idea päässyt ihan lopulliseen tuotteeseen asti? Jos on, niin mitä kautta ne ovat tulleet (modit, keskustelupalstat, sähköpostit, patchit, puhelimitse)
- f) Annatteko palautetta pelaajille heidän ehdotuksistaan tai ideoistaan? Tai palkintoja?

#### 3 Käyttäjännovaatioista yleisemmin...

- a) Mitä mieltä olette pelaajien nykyisistä mahdollisuuksista luoda omia innovaatioitaan peleihin? Onko pelaajilla hyvät mahdollisuudet siihen nykyään?
- b) Mitä merkitystä näillä käyttäjännovaatioilla oikein on pelikulttuurille?
- c) Entäpä pelifirmoille? Haittoja tai hyötyjä?
- d) Mitä mieltä olette käyttäjännovaatioiden yleisestä tasosta? Miten sitä voisi mahdollisesti parantaa?
- e) Mitä käyttäjännovaatiot antavat alkuperäiselle pelille? Esimerkkeinä voi käyttää vaikkapa Fallout 2:ta tai Counter-Strikea?
- f) Pystyvätkö käyttäjännovaatiot ja niiden luomisprosessi opettamaan jotain pelintekijöille?
- g) Miten näette käyttäjännovaatioiden tulevaisuuden?

#### 4 Pelifirmat ja käyttäjäyhteisöt...

- a) Onko yrityksellänne omia yhteisö- tai pelifoorumeita? Minkä vuoksi?
- b) Mitä mieltä olette käyttäjäyhteisöistä? Hyödyt/Haitat?

- c) Oletteko miten yhteydessä eri käyttäjäyhteisöihin? Firmana vai yksityishenkilöinä?
- d) Oletteko ajatelleet yhteistyötä yhteisöiden kanssa? Esimerkkejä?
- e) Miten näette käyttäjäyhteisöiden merkityksen pelialalle? Entäpä yksittäisille yrityksille?
- f) Pystyvätkö käyttäjäyhteisöt muuttamaan tapaa miten pelejä kehitetään?

## 5 Modeista ja modikulttuurista...

- a) Minkä vuoksi annoitte pelaajille mahdollisuuden luoda omaa käyttäjäsisältöä / Mikä on syy antaa pelaajille ilmaiset työkalut modaukseen?
- b) Näettekö mitään vaaroja modauksessa ja ns. koodin avaamisessa pelaajille?
- c) Mitä hyötyjä näette taloudellisessa mielessä modaamisen kasvavassa suosiossa? Onko siitä suoria tai epäsuoria etuja?
- d) Pystyykö pelifirma oppimaan jotain modeista tai niiden tekotavoista?
- e) Voivatko modit olla aidosti innovatiivisia? Miten suhtaudutte parhaisiin modeihin?
- f) Mikä saa ihmiset modaamaan pelejä?
- g) Minkä asioiden arvelette olevan menestyneen modikulttuurin takana?
- h) Kannattaisiko pelifirmojen tukea modien kehitystä jollakin tavoin / Tuetteko modien kehitystä ja käyttäjäinnovaatioita millä tavoin?

### Liite 3: Kuvaukset tutkimuksen keskeisistä pelituotteista ja -yhtiöistä

#### *1. Yhtiö: Bioware (<http://www.bioware.com/>)*

Bioware on suuri kanadalainen peliyhtiö, joka on perustettu vuonna 1995. He ovat aloittaneet pelikehittäjinä PC-puolella, mutta 2000-luvun aikana he diversifioituneet myös konsolipelien valmistajiksi. He ovat profiloituneet korkealuokkaisten tietokoneroolipelien kehittäjiksi. Biowaren suosituimmat tuotteet ovat mm. paljon suosiota ja arvostelumenestystä keränneet *Baldur's Gate* –pelisarja, *Neverwinter Nights* sekä heidän viimeisin tuotoksensa *Mass Effect*.

Yhtiöllä on n. 500 työntekijää ja yhtiön vuoden 2003 liikevaihto oli 17,5 milj. dollaria (uudempaa tietoa ei saatavilla). (Wikipedia: Bioware)

#### *Pelituote: Neverwinter Nights (<http://nwn.bioware.com/>)*

Neverwinter Nights (lyhennys: NWN) on Bioware tuottama ja Atarin 2002 julkaisema PC-tietokoneroolipeli. NWN sijoittuu lisensoituun Forgotten Realms –fantasiamaailmaan. Peli itsessään on perinteinen kolmannen persoonan tietokoneroolipeli sankareineen ja fantasiaelementteineen. Pelin erikoispiirteenä oli kuitenkin erittäin vahva painottuminen moninpeliin sekä käyttäjäsältöön. Pelin keskeiseen filosofiaan kuului, että pelaajat pystyvät itse luomaan korkealuokkaista käyttäjäsältöä ja – innovaatioita peliin. Tämän mahdollista varsin helppokäyttöiset ja monipuoliset käyttäjätyökalut, jotka olivat olennainen osa itse pelituotetta. Tämä käyttäjäinnovaatioita ja käyttäjäyhteisöitä esimerkiksi hyödyntänyt peli sai osakseen suuren suosion sekä arvostelijoiden että harrastajien piirissä. Käyttäjäyhteisöt tuottivat myös lisäsisältöä peliin usean vuoden ajan

#### *2. Yhtiö: Creative Assembly (<http://www.creative-assembly.com/>)*

Creative Assembly on keskikokoinen englantilainen peliyhtiö, joka on perustettu jo vuonna 1987. Creative Assembly on noussut maineeseen laadukkaiden ja suosittujen Total War –sarjan pelien ansiosta. Creative Assembly on hyvin pitkälti keskittynyt luomaan PC-pelejä, joskin he ovat tehneet myös muutamia tuotoksia konsolipuolella (Spartan: Total War sekä Viking: Battle for Asgard).

He ovat toimivat yhteistyössä Electronic Artsin kanssa aina vuoteen 2001. Tämän jälkeen vaihtoivat julkaisijakseen Activisionin. Vuonna 2005 Sega lopulta osti pelistudion, jolle Creative Assembly on viimeisimmät pelinsä julkaissut. Tällä hetkellä Creative Assembly työllistää noin 70 henkeä.

*Pelituote: Total War –pelisarja (<http://www.totalwar.com/>)*

Total War –pelit ovat historiallisia sotapelejä, joissa pelaaja ohjaa tietyn aikakauden kansaa. Pelisarjaa on julkaistu vuosien 2000–2009 aikana. Pelien pääpaino on historiallisessa sodankäynnissä oikeine historiallisine sotajoukkoineen ja tapahtumineen. Myös kansakuntien kehittäminen teknologisesti että taloudellisesti on myös mukana peleissä, mutta pienemmässä mittakaavassa. Tähän mennessä Total War –pelisarja on käsittänyt seuraavat pelit: *Shogun: Total War*, *Medieval: Total War*, *Rome: Total War*, *Medieval 2: Total War* sekä *Empire: Total War*. Pelisarja on kokonaisuudessaan julkaistu ainoastaan PC:lle.

Käyttäjännovaatioiden näkökulmasta sarjan pelit ovat kehittyneet yhä enemmän käyttäjännovaatioita mahdollistaviksi. Pelisarjan ympärille muodostuneet käyttäjäyhteisöt sekä käyttäjännovaatioiden laajuus ja laatu ovat myös kohentuneet pelisarjan edetessä. Total War –sarjan pelit ovatkin erinomainen esimerkki vähitellen ja orgaanisesti kehittyneestä käyttäjännovaatiokulttuurista. Käyttäjännovaatiot eivät kuitenkaan ole havaintojeni mukaan keskeinen pelisarjan suunnittelufilosofiaa, vaikka niiden luontia on helpotettu osa osalta.

*3. Peliyhtiö: Image Space Incorporated (<http://www.imagespaceinc.com/>)*

Image Space Incorporated (lyhennys: ISI) on yhdysvaltalainen Michiganiin sijoittunut pienikokoinen pelistudio. ISI on jo 90-luvun alusta alkaen ajosimulaattoreihin keskittynyt peliyhtiö. He ovat tehneet monipuolisesti pelejä sekä konsoleille että PC:lle. Heidän hittituotteekseen kuitenkin nousi vasta vuonna 2005 julkaisema rFactor-ajosimulaattori.

*Pelituote: rFactor (<http://www.rfactor.net/>)*

rFactor on PC:lle vuonna 2005 julkaistu realistinen ajosimulaattori. Ainutlaatuista kyseisessä pelituotteessa on sen ainutlaatuinen laajennettavuus. Itse emopeli on varsin suppea, mutta peli on luotu erittäin helposti laajennettavaksi ja muokattavaksi. Pelin harkittu painotus käyttäjännovaatioihin onkin luonut erittäin laajan ja aktiivisen käyttäjäyhteisöverkoston pelin ympärille. Tällä tavoin pelin sisältö on laajentunut ja monipuolistunut huimasti. Pelin käyttäjätyökalut mahdollistavat mitä erilaisimpien autourheilun muotojen rakentamisen peliin. Tämä harkittu käyttäjännovaatioiden hyödyntäminen tekee rFactorista mitä mielenkiintoisimman pelin tämän työn kontekstissa.

#### *4. Peliyhtiö: Taleworlds (<http://www.taleworlds.com/>)*

Taleworlds on turkkilainen Ankarajaan sijoittuva pieni independent-peliyhtiö. Yhtiö on perustettu vuonna 2005. Yhtiö sai alkunsa turkkilaisen avioparin, Armagan Yavuzin sekä Ipek Yavuzin, toimesta. Tällä hetkellä peliyhtiö on kehittänyt ainoastaan yhden pelin, Mount & Bladen, joka valmistui viimein lopulliseen muotoonsa vuonna 2008.

Taleworlds solmi julkaisusopimuksen pelistään ruotsalaisen Paradox Entertainmentin kanssa vuonna 2008. Pelistudio on myös kasvanut vuosien aikana hieman ja työllistää nyt kuusi henkeä.

#### *Pelituote: Mount & Blade (<http://www.taleworlds.com/>)*

Mount & Blade on Taleworldsin kehittämä ja Paradox Entertainmentin julkaisema peli. Peli julkaistiin alun perin netistä ostettava independent-pelinä jo vuonna 2005. Vasta vuonna 2008 julkaisusopimuksen myötä peli päätyi myös vähittäismyyntiin. Mount & Blade on pelityypiltään kiinnostava hybridi eri peligenreistä. Pelissä yhdistyvät niin roolipeli, sotapeli että seikkailupeli genret mielenkiintoisella tavalla. Erityisesti peliä on kiitelty sen monipuolisuudesta sekä uskottavasta tavasta esittää keskiaikainen taistelu. Peli sijoittuu pelistudion luomaan fantasiaympäristöön, Caldariaan.

Kiinnostavan pelistä tämän työn kontekstissa tekee juuri sen saama suosio käyttäjänovaatioiden suhteen sekä sen pitkä ja avoin kehitysprosessi. Kehitysprosessin avaaminen ja käyttäjien palautteen sekä ideoiden ottaminen vastaan jo aikaisessa vaiheessa mahdollistavat suurempien käyttäjien mukaan ottamisen kehitysprosessiin, kuin on normaaleissa pelinkehitysmalleissa mahdollista. Tämän lisäksi peliyhtiö on myös luonut itselleen laajan käyttäjyhteisön, jossa erityisesti käyttäjänovaatioille ja modeille on asetettu suuri painoarvo. Tämän lisäksi pelin ympärille rakennettu käyttäjyhteisö on erinomainen esimerkki laadukkaasta yhteisöllisestä toiminnasta, jota voidaan saada aikaiseksi pienilläkin resursseilla.