

User Generated Content in verband met games

Mensen hebben van nature de neiging zich te willen profileren en uiten. Zo ook met de producten die ze gebruiken. Ze willen iets persoonlijks. Zodra de mogelijkheid zich voordoet om aanpassingen te maken, gebruiken mensen deze maar al te graag om producten aan te passen aan hun eigen eisen en smaak. Kijk bijvoorbeeld maar eens naar de desktopcomputer van een willekeurig persoon: iedereen heeft weer een andere wallpaper op z'n bureaublad staan en ieder heeft weer een andere methode om zijn/haar icoontjes te rangschikken. Wat voor de een chaos lijkt, is voor de ander compleet overzichtelijk. Hetzelfde geldt voor iemands pagina op Hyves.

Sommige gaan nog verder en maken hun eigen Windows themes, modden hun Wii controller, of mixen hun eigen Nine Inch Nails CD af in Ableton live met sporen die zijn vrijgegeven door Trent Reznor. Zo ook met games. Spelers van Eve Online richtten hun eigen onofficiële bondgenootschappen op compleet met oorlogen en een economie om de game interessant te houden. In de Unreal Editor worden talloze mods gemaakt. Civilization IV is compleet van de grond af aan opgebouwd uit XML, Python en Lua om de kern van de game toegankelijk te maken voor meer technische spelers. Het team dat de Half Life mod 'Counter Strike' heeft ontwikkeld is zelfs opgekocht door uitgever Valve omdat de kwaliteit van deze mod zo hoog was dat ze deze wilden uitbrengen in de winkel.

Kenners denken dat User Generated Content het belangrijkste game-element zal worden in de nabije toekomst van de game wereld. Graphics zullen minder belangrijk worden, zeker wanneer deze steeds realistischer worden, en er op een gegeven moment steeds minder vooruitgang te boeken zal zijn in dit opzicht.

De toekomst van games ligt in de handen van gamers, niet in die van de ontwikkelaars of uitgevers daarvan. Het maken van games neemt steeds meer tijd in beslag, de teams worden groter en de ontwikkelingskosten liggen veel hoger dan vroeger. Er wordt tegenwoordig nauwelijks meer winst gemaakt op games. Daarom is het belangrijk dat game-ontwikkelaars zich in de toekomst steeds meer gaan opstellen als service-provider. Ze moeten gaan denken in 'ruimten' en niet in werelden. Gamers zullen degene zijn die deze werelden gaan creëren. Ontwikkelaars moeten ze daar in begeleiden. Bijvoorbeeld door een platform voor User Generated Content aan te bieden. Gamers maken dan hun eigen plezier in plaats van dat games dat voor hun doen. Het is hierbij wel belangrijk de mogelijkheden goed gedefinieerd worden. En nog belangrijker: de beperkingen. Een beperkte omgeving leidt namelijk tot beter game design. De meeste top games hebben maar een paar core mechanics.

UGC in games is niet helemaal nieuw, sommige oudere games boden ook al de mogelijkheid om je eigen wereld te creëren. Denk bijvoorbeeld aan Simcity (1989) en Stunts (1990). Alhoewel deze games niet altijd de mogelijkheid bezaten om je creaties met anderen te delen. De term 'User Generated Content' werd vooral de afgelopen jaren populair met de opkomst van web 2.0.

De mogelijkheid om zelf je games aan te passen (te 'modden,' ofwel modificeren) is eigenlijk ontstaan uit puur eigenbelang van ontwikkelaars. Zij begonnen met het ontwikkelen van data gedreven game engines. Goede games gaan immers over het inhoudelijke deel, niet over de code. Ze wilden het ontwikkelproces simpelweg versnellen. Dit bewerkstelligen ze door die-hard programmeurs en techneuten een infrastructuur (framework) te laten bouwen, waarop ontwerpers en scripters vervolgens weer een game kunnen ontwikkelen. Zo worden de rollen goed verdeeld, en blijft de kwaliteit van de game hoog. Er zijn namelijk maar weinig mensen die èn goed zijn in programmeren èn top in (game)design. Zo krijgen ontwerpers die niet goed zijn in techniek, maar geweldige games kunnen bedenken en ontwikkelen toch de kans, en worden techneuten optimaal benut. Dit laatste aangezien er veel meer top ontwerpers zijn dan geweldige programmeurs (zo ongeveer 3 op 1). Zo kun je het ontwikkelen van een game tegenwoordig beter vergelijken met HTML (het opmaken van een webpagina) dan met C++ (het programmeren van een render-engine die de HTML-pagina's weergeeft).

Dit voorgaande maakt het ontwikkelen van games niet alleen toegankelijker voor game-designers, maar ook voor gamers zelf. Vandaar de vele modificaties tegenwoordig. Dit brengt een aantal voordelen met zich mee:

- Amateurs zijn in sommige gevallen beter dan professionals omdat ze dichter op de gebruiker staan en overal direct op in kunnen springen. Zo is er een voorbeeld van een meisje dat insprong op een trend in de game IMVU en daarmee 100.000 dollar heeft verdiend, terwijl professionele bedrijven de boot miste omdat ze niet snel genoeg waren en slecht op de hoogte van de gebruikersbehoefte;
- Games worden soms verbeterd door hobbyisten. Bijvoorbeeld op punten waar de ontwikkelaars geen tijd meer voor hadden, of zaken die ze nooit opgemerkt hebben. Soms zelfs omdat ze hun kennis tekort schoot op bepaalde vlakken;
- En met het voorgaande komen we bij het volgende punt: sommige gamers vertalen de kennis van hun vakgebied (architectuur, geschiedenis, geneeskunde, you name it) naar bepaalde verbeteringen voor een game die ontwikkelaars nooit voorzien hadden, simpelweg omdat ze geen verstand hebben van het betreffende vakgebied;
- Hobbyisten maken games die ontwikkelaars niet aandurven, omdat ontwikkelaars geen risico's kunnen nemen. De game moet immers terugverdiend worden in de winkel.
- Wanneer er veel UGC voor een game aanwezig is zullen gamers het spel vaker spelen. De game wordt meer besproken en populairder, waardoor meer mensen het kopen. Mede vanwege het gevoel dat ze meer waar voor hun geld krijgen. Bij online games waarvoor betaald moet worden liggen de voordelen nog veel hoger, omdat ze meer verdienen naarmate de gamer langer blijft spelen;
- Bijkomend voordeel is dat games langer en voor een hogere prijs in de winkel kunnen blijven liggen als gecreëerde content op een later moment bij de originele game gevoegd wordt;

Een aantal nadelen zijn:

- Hoe gemakkelijker het wordt je eigen game te maken, des te meer slechte games er op de markt komen. Deze games kunnen de imago van je game omlaag trekken;
- Wanneer een beloning na een lang proces van creëren uitblijft kan dit de gamer demotiveren nog langer content te maken, of zelfs de game te spelen;
- Wanneer je game grotendeels leent op UGC: sommige gamers hebben niet de behoefte om zelf content creëren, die betalen voor een kant en klare spelervaring van degelijke kwaliteit.

Inmiddels zijn we o.a. met Little Big Planet aangekomen bij de derde generatie van games met User Generated Content. Namelijk games Waar de UGC in de game verwerkt is als een soort 'create mechanic.' Dit gelijk aan traditionele game mechanics volgens de risico / beloning reeks:

1. Actie: de gamer creëert content;
2. Beloning: de populariteit van de gamer stijgt in de community, of er worden beloningen vrijgegeven in het spel zelf;
3. Risico: verspilde moeite, de gamer bouwt iets wat niet aanslaat of mislukt.

In deze 3e generatie games met UGC ziet de ontwikkelaar de game niet meer als een game engine met wat aanvullende content. De ontwikkelaar moet een geïntegreerd platform aanbieden voor de creatie, verspreiding en filtermogelijkheden van de content. UGC moet geïntegreerd zijn in het spelconcept, en aanvoelen als een onderdeel van de game.

Dit was bij de eerste generatie games met UGC wel anders. Distributie van de content stond los van de game, en ging met name via websites van fans met een beperkte doelgroep. Filtersystemen waren nauwelijks aanwezig. Voorafgaand aan het creatieproces moest je je door een technisch ingewikkelde installatie worstelen. Inhoud kon alleen gebouwd worden door uit de game ervaring te stappen.

De tweede generatie deed het al beter met portals voor het distribueren van gebruikerscontent, en officiële online winkels waar je je content te koop kunt aanbieden, compleet met een degelijk filtersysteem. Sommige games hadden zelfs al een ingame mogelijkheid om content te beheren.

In de derde generatie zijn UGC en de game dus een en dezelfde. Het is de taak van de ontwikkelaars om de gamers aan te sturen en gemotiveerd te houden. Bijvoorbeeld door ze te belonen met een hoge ranking wanneer ze het goed doen, of het organiseren van wedstrijden gekoppeld aan een thema.