



Vili Mursula & Jaakko Hietakangas

# Katsojakokemuksen kehittäminen e-urheilussa - Tapaus: CS:GO:n eSM-liiga

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Kulttuurituotanto AMK

Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

28.3.2023

## Tiivistelmä

|                   |  |
|-------------------|--|
| Tekijä(t):        | Vili Mursula & Jaakko Hietakangas  |
| Otsikko:          | Katsojakokemuksen kehittäminen e-urheilussa - Case:<br>CS:GO:n eSM-liiga |
| Sivumäärä:        | 73 sivua + 2 liitettä  |
| Aika:             | 28.3.2023  |
| Tutkinto:         | Kulttuurituotanto AMK  |
| Tutkinto-ohjelma: | Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma                                      |
| Ohjaaja:          | Lehtori Leena Björkqvist   |

Opinnäytetyö käsittelee katsojakokemuksen kehittämistä suomalaisissa e-urheilulähetyksissä. Opinnäytetyön tilaaja on Suomen elektronisen urheilun liitto (SEUL). SEUL on suomalaisen kilpapelipurheilun keskusjärjestö, jonka tehtävänä on kehittää ja tuoda esiin elektronista urheilua sekä jäsenistönsä toimintaa.

Opinnäytetyö on tapaustutkimus, jonka teoreettisena viitekehyksenä on e-urheilu, fanitus ja katsojakokemus sekä e-urheilun suoratoiston käytännöt. Työn tavoitteena on selvittää, millä toimenpiteillä katsojakokemusta voidaan parantaa ja miten katsoja sioutetaan e-urheilulähetyksissä.

Työmme aineistonhankintaan käytimme kyselytutkimusta, benchmarkingia sekä asiantuntijahaastatteluita. Kyselyllä selvitettiin liigan katsojien kokemuksia ja toiveita liigan tuotannon suhteen. Benchmarkingin avulla määriteltiin toimivan e-urheilukulttuurin piirteitä ja vastaavien suoratoistototeutuksien käytäntöjä. Haastatteluilla saatiin asiantuntijoilta vastauksia toimivan e-urheilulähetysten periaatteista ja suomalaisen kilpapelipaamisen nykytilasta.

Tutkimus osoittaa, että e-urheilulähetysten katsojat arvostavat hyvää tuotantoa, jossa tuotannosta vastaavat toimijat ovat lajin ytimessä ja osaavat kertoa selostuksen, ohjauksen ja oheisohjelman kautta katsojalle sen, mistä pelataan. Otteluiden merkityksen tunnistaminen ja katsojan suhde joukkueisiin ja yksittäisiin pelaajiin on tärkeitä helpomman lähestyttävyyden kannalta. Jokaisesta liigasta, turnauksesta tai yksittäisestä ottelusta on tehtävä tarina, johon katsojan on helppo hypätä mukaan. Opinnäytetyömme avulla tilaaja saa käyttöönsä kehittämissuhteita liigan lähestyttävyyden vahvistamiseen, tuotannon laadun parantamiseen ja katsojan toiveisiin vastaamiseen säännöllisin väliajoin kyselyiden avulla. Näin eSM-liigasta saadaan mielenkiintoisempi, ja se antaa katsojalle motiivin avata liigan lähetyksen.

Avainsanat: E-urheilu, kilpapelipaaminen, kilpapeliturnaukset, katsojakokemus

## Abstract

Author(s): Vili Mursula & Jaakko Hietakangas  
Title: Developing viewers experience in esports broadcasts -  
Case: CS:GO eSM-league  
Number of Pages: 73 pages + 2 appendices  
Date: 28 March 2023

Degree: Bachelor of Culture and Arts  
Degree Programme: Cultural Management  
Instructor: Leena Björkqvist

This thesis discourses how to develop viewer experience in Finnish esports broadcasts. The thesis is commissioned by Finnish Electronic Sports Association (Suomen elektronisen urheilun liitto, SEUL). SEUL is the central organization of Finnish competitive gaming with the task of developing and promoting electronic sports and the activities of its members.

The thesis is a case study. It is based on theories about esports, fandom and viewer experience as well as the practices of esports streaming. The goal of this study is to find out what measures can be taken to improve viewer experience and how to engage viewers in esports broadcasts.

The data for the thesis was collected with a spectator survey, benchmarking and expert interviews. With the survey, it was examined how the spectators feel about their viewer experience and what kind of wishes they have regarding the production of the league in the future. With benchmarking, we highlighted the features of well-functioning esports culture and the practices of similar streaming events. The interviews gave answers and views about the principles of a functioning esports broadcast and the current state of competitive gaming in Finland.

The thesis came to the conclusion that the viewers of esports broadcasts value good production in which the production team is at the heart of the sport and knows how to tell the viewer what the game is about through sportscasting, commentary, directing and side programming. Recognizing the stakes of the matches and the viewers' relationship with the teams and individual players is important in building engagement. There is a story to be told about every single match and tournament. The development proposals of our thesis center in making the teams and the players approachable by storytelling, focusing on the importance of production quality and keeping the audience engaged by asking their opinions and wishes by conducting surveys on a regular basis. These are the measures to know their audience and to build a successful esports league franchise.

Keywords: Electronic sports, competitive gaming, competitive gaming tournaments, viewers experience

## Sisällys

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 1     | Johdanto  | 1  |
| 2     | E-urheilun katsojakokemuksen tietopohja         | 3  |
| 2.1   | E-urheilun tausta ja pelaamisen käytännöt       | 3  |
| 2.1.1 | Mitä urheilu on?                                | 4  |
| 2.1.2 | Elektroninen urheilu                            | 4  |
| 2.1.3 | E-urheilun nykytila                             | 6  |
| 2.1.4 | Kilpapelaminen Suomessa                         | 7  |
| 2.2   | Fanius ja katsojakokemus e-urheilussa           | 9  |
| 2.2.1 | Miksi urheilu kiinnostaa?                       | 9  |
| 2.2.2 | Kilpailu ja taito urheilun vetovoimana          | 10 |
| 2.2.3 | Urheilun yhteisöllisyys                         | 10 |
| 2.2.4 | Fani, kannattaja vai seuraaja?                  | 11 |
| 2.2.5 | E-urheilun kannattajakulttuurin ominaispiirteet | 14 |
| 2.3   | Striimituotanto pelaamisessa                    | 14 |
| 2.3.1 | Suoratoisto e-urheilussa                        | 15 |
| 2.3.2 | Katsojan sitouttaminen suorassa lähetyksessä    | 16 |
| 3     | Tapauksen kuvaus                                | 18 |
| 3.1   | Suomen elektronisen urheilun liitto             | 19 |
| 3.2   | ESM-liigan toteutuksen alku ja haasteet         | 19 |
| 3.3   | Kilpapeliturnaukset ja liigat                   | 21 |
| 3.4   | Counter-Strike: Global Offensive                | 23 |
| 3.4.1 | Pelaajamäärät                                   | 23 |
| 3.4.2 | Pelin perusidea                                 | 23 |
| 3.4.3 | Pelin kartat                                    | 24 |
| 3.5   | CS:GO:n nykytila Suomessa                       | 24 |
| 4     | Tavoitteet, tarkoitus ja tutkimuskysymykset     | 25 |
| 5     | Työtapa ja -menetelmät                          | 26 |
| 5.1   | Tapaustutkimus prosessina                       | 27 |
| 5.2   | Menetelmät                                      | 28 |
| 5.2.1 | Kyselytutkimus                                  | 29 |
| 5.2.2 | Benchmarking                                    | 30 |

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 5.2.3 | E-urheiluselostajien ja -vaikuttajien haastattelut          | 31 |
| 5.3   | Oma roolimme aineistonhankinnassa                           | 32 |
| 6     | Tulokset  | 32 |
| 6.1   | Kyselytutkimus  | 33 |
| 6.1.1 | Vastaajien katseluaktiivisuus                               | 34 |
| 6.1.2 | Syyt eSM-liigan katsomiselle                                | 34 |
| 6.1.3 | Katsojat pelaajina  | 35 |
| 6.1.4 | Mitä muita pelejä eSM-liigan katsojat pelaavat?             | 36 |
| 6.1.5 | Palautetta ja odotuksia eSM-liigalle                        | 36 |
| 6.2   | Benchmarking  | 38 |
| 6.2.1 | Tanska e-urheilun jättiläisenä                              | 38 |
| 6.2.2 | Tanskan CS:GO   | 40 |
| 6.2.3 | Tanska muissa peleissä ja e-urheilutapahtumien järjestäjänä | 42 |
| 6.2.4 | Apex Legends Global Series (ALGS)                           | 43 |
| 6.2.5 | Toimivan ottelulähetyksen elementit (Pelaajat.com)          | 45 |
| 6.3   | Haastattelut  | 47 |
| 6.3.1 | Asiantuntijahaastattelu 1: Arttu "Olvari" Hämäläinen        | 47 |
| 6.3.2 | Asiantuntijahaastattelu 2: Laura "Iapa" Kyntäjä             | 49 |
| 6.3.3 | Asiantuntijahaastattelu 3: Roope "RobuJohnson" Leppänen     | 51 |
| 6.3.4 | Asiantuntijahaastatteluiden yhteenveto                      | 53 |
| 6.4   | Tuloksien yhteenveto  | 54 |
| 6.4.1 | Kohderyhmälähtöinen tuotanto merkittävässä roolissa         | 54 |
| 6.4.2 | Urheilun seuraaminen on viihdettä                           | 55 |
| 6.4.3 | Vetonaulat ovat tärkeitä                                    | 56 |
| 6.4.4 | Yhteisön voima urheilussa                                   | 57 |
| 7     | Johtopäätökset ja kehittämissuhteet                         | 58 |
| 8     | Pohdinta ja arviointi                                       | 65 |
|       | Lähteet   | 68 |
|       | Liitteet  | 74 |

# 1 Johdanto

Opinnäytetyömme laatiminen alkoi puhtaasti kiinnostuksesta e-urheilua kohtaan. E-urheilun seuraaminen on lähtöisin meitä yhdistävistä kiinnostuksen kohteista, kuten videopelaaminen ja urheilu. Edellä mainitut harrastukset lapsuus- ja nuoruusajoilta sekä kulttuurituotannon opinnot ovat vieneet meidät e-urheilun kulttuurin pariin. Halusimme tutkia jotakin alaan liittyvää ilmiötä, jossa mielestämme on kehityskohtia.

Aiheen rajaamisessa käytimme paljon aikaa tutkimalla ennen kaikkea meitä kiinnostavia ilmiöitä, joita voi peilata myös perinteiseen urheiluun. Olemme urheilun kuluttajina havainneet kannattajakulttuurin olevan tärkeä osa seuraamista. Pohdimme, minkä vuoksi itse kannatamme ja seuraamme seurajoukkueita, yksittäisiä urheilijoita tai eri lajeja ylipäättään. Huippu-urheilussa kannattajakulttuuri on iso tekijä, sillä ilman maksavaa kuluttajakuntaa ei olisi huippu-urheilua sen nykyisessä muodossa. Urheilutapahtumien pääsyliput, fanituotteet ja muu oheismyynti tuovat urheilun parissa työskenteleville resursseja pyörittää ammattieurheilua. Faneilla, kannattajilla, ja satunnaiskuluttajilla on valtava merkitys huippu-urheilulle, kuten mille tahansa viihdebisneksen alalle.

Suomi on isossa kuvassa menestyjäämaa e-urheilussa. Suuren kansainvälisen menestyksen puutteesta huolimatta e-urheilun maailma on saanut Suomesta useita tähtiluokan huippuyksilöitä. Huippuyksilöiden lisäksi kilpapelauksen merkitys on suuri monelle suomalaiselle pelaajalle, jotka voivat e-urheilun kautta harrastaa, verkostoitua ja kehittää itseään niin pelaajina kuin ihmisinä. Suomalaisen e-urheilun hyvän tason syyt eivät ole yksiselitteisiä, mutta sitä on perusteltu e-urheilulle optimaalisilla olosuhteilla ja resursseilla. Pitkät pimeät talvet, tehokkaat nettiyhteydet ja hyvä sosiaaliturvaverkko ovat esimerkkejä ilmiön mahdollistavista tekijöistä. (Nikkilä 2020.)

Urheilu syntyy kilpailemisesta. Terminä e-urheilua on kyseenalaistettu urheilun määritelmän vuoksi. E-urheilun etuliite kuitenkin kertoo sen poikkeavan perinteisestä urheilusta. Fyysinen liikunta ja kilpaurheilu on hyvä erottaa toisistaan, ja urheilun määrittelyn helpottamiseksi on osattava erottaa liikunnan lisäksi myös harrastelu. Kilpailu ja systemaattinen harjoittelu tavoitteellisesti ovat urheilun tärkeimpiä osa-alueita. Tästä syystä kilpatason e-urheilu on samalla viivalla fyysistä liikuntasuoritusta vaativien urheilulajien kanssa, kun puhutaan urheilusta. Kuntoliikunta ei ole urheilua, eikä videopelien pelaaminen viihdemielessä ole e-urheilua. (Nurmilaakso 2014.)

Nopeasti kasvavan alan kilpailu kiristyy jatkuvasti ja pelaajamäärien noustessa pienen maamme on pystyttävä muodostamaan kestäviä rakenteita tulevien huippupelaajien ja joukkueiden tueksi (Nikkilä 2020). Sen vuoksi e-urheilusta pitää tehdä helpommin lähestyttävää ja alan potentiaalin tunnistamisesta helpompaa. Mielestämme lähestyttävyyteen vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi avoimempi suhtautuminen alaa kohtaan, jonka vuoksi tässä työssä nostamme esiin Tanskan malliesimerkkinä e-urheiluun suhtautumisesta. Suhtautumiseen vaikuttaa myös se, miten e-urheilu esitetään erilaisille katsojille. Opinnäytetyömme käsittelee Suomen elektronisen urheilun liiton ja TBZ Esports Oy:n järjestämää CS:GO:n eSM-liigaa, joka käynnistyi maaliskuussa 2022. Liigassa pelataan kaksi kautta vuoden sisään, kevät- ja syyskaudet. Liiga mainitsee arvoissaan halun kehittää uusia tapoja seurata, kannustaa ja tukea suosikkijoukkueensa toimintaa (SEUL 2021). Meidän kehittämistyömme tarkoitus on vahvistaa näitä tavoitteita.

Teimme opinnäytetyön vuonna 2022 ja 2023 eSM-liigan kahden ensimmäisen kauden aikana. Työmme on tapaustutkimus, koska haluamme ymmärtää tutkimuskohdettamme ja sen kontekstia mahdollisimman monipuolisesti ja tuottaa sille kehittämissuhteita tulevaisuudelle. Aloitamme opinnäytetyön tekemisen rakentamalla työmme tietopohjan ja tutustumalla työmme tilaajaan sekä sen tavoitteisiin ja arvoihin. Aineistonhankintamenetelminä käytämme kyselytutkimusta, benchmarkingia ja haastattelua. Kyselytutkimuksen tarkoituksena on tuottaa liigalle katsojaprofiili ja samalla selvittää mitä katsojat toivoisivat liigalta

tulevaisuudessa. Benchmarkingin teemme kokempohjaisena vertaisarviointina vastaavista liigatoteutuksista ja perehdymme voisiko eSM-liiga ottaa näistä mallia tulevaisuudessa. Haastattelimme suomalaisia CS:GO-selostajia ja -vaikuttajia, jotta ymmärrämme paremmin katsojien tarpeita striimilähetyksissä. Selostajia haastatteleamalla saimme näkemystä alan kentältä juuri siltä osa-alueelta, jossa katsojakokemukseen pystytään vaikuttamaan paljon. Valikoimme kyseiset asiantuntijat haastateltaviksi, sillä he ovat onnistuneet luomaan yhteisöjä, joihin sama katsojakunta on sitoutunut sisällön laadun ja hyvän katsojakokemuksen vuoksi. Näiden menetelmien antamien tulosten perusteella tuotimme eSM-liigalle kehittämissuhteita tulevia kausia varten, jotta se voisi kasvaa arvojensa mukaisesti ja kehittyä palvelemaan suomalaista e-urheilukulttuuria.

## **2 E-urheilun katsojakokemuksen tietopohja**

Opinnäytetyömme tietopohjaan kuuluu elektroninen urheilu, sen historia ja nykytila Suomessa. Lisäksi perehdymme yleisövuorovaikutukseen ja katsojan sitouttamiseen livelähetyksissä, jotta voimme pureutua työmme tavoitteeseen eli katsojakokemuksen kehittämiseen eSM-liigan lähetyksissä.

### **2.1 E-urheilun tausta ja pelaamisen käytännöt**

Tässä luvussa selvitämme e-urheilun ja kilpapelaamisen taustaa ja nykytilaa ja vertailemme sitä perinteiseen urheiluun. Olemme molemmat pelanneet konsoleilla ja tietokoneilla eri pelejä lapsesta saakka. Vaikka kyse onkin vain pelailusta huvikseen, olemme kilpailuhenkisiä ja ymmärrämme e-urheilun vaatimustason, kun pelien panoksena on oikeasti jotakin.

E-urheilun seuraaminen on alkanut meillä molemmilla muutamia vuosia sitten, ja se nousi enimmilleen koronapandemian aikana, kun e-urheilu kukoisti netin välityksellä perinteisen urheilun tapahtumien ollessa jäissä. E-urheilulle pandemiavuodet tekivät hyvää juuri siitä syystä, että turnauksia ja muita virallisia otteita pystyttiin pelaamaan netin välityksellä. Vaikka e-urheilussa paikan päällä



pelattavat LAN (local area network) -tapahtumat ovat pelaajien ja katsojien mielestä e-urheilun parasta antia, laji ei pysähtynyt perinteisen urheilun tavoin sulkuutilassa. Vuoden 2020 koronapandemian alkupuoliskolla videopelien suurimman suoratoistoalustan Twitchin katsojamäärät nousivat jopa 70 prosenttia (4,9 miljardia katselutuntia) ja katsojakeskiarvo ylitti 2,3 miljoonaan (Christou 2021).

### 2.1.1 Mitä urheilu on?

E-urheilun määrittelyn ohessa on hyvä avata myös se, mitä urheilu ylipäätään on ja miksi e-urheilua käytetään terminä. Urheilu määritellään seuraavasti: "Urheilu on liikuntamuoto, jota harjoitetaan fyysisen kunnon ylläpitämiseksi, virkistykseksi ja sääntöjen mukaisena kilpailuna. Siihen kuuluvat myös huvia- tai kilpailumielessä harrastetut suoritukset, joissa mekaanisten laitteiden tai eläinten osuus on merkittävä." (Wikipedia 2022.) E-urheilun osalta määritelmästä löytyy yhtenevinä elementteinä virkistys, säännöt, kilpailu ja mekaaniset laitteet. Vaikka e-urheilu ei täytä suoraan fyysisen kunnon ylläpitämistä, ei huipputasolla voi pelata huonokuntoisena. (Butler 2020.)

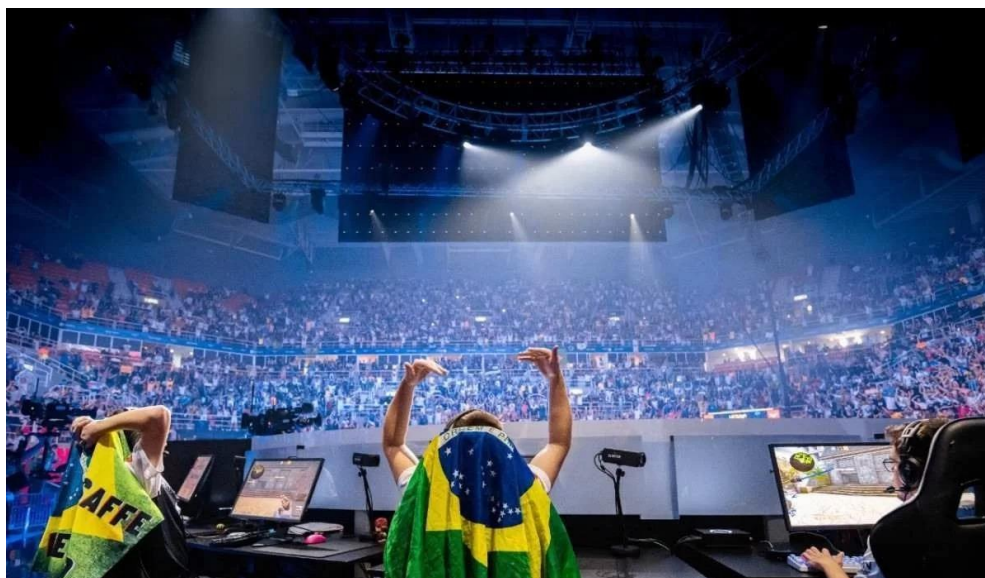
Miksi monet eivät sitten hyväksy e-urheilua urheiluksi? E-urheiluun suhtautuminen ja sen hyväksyminen voi olla hankalaa, sillä usein pelaaminen mielletään epäterveelliseksi harrasteeksi. Uskomme, että negatiiviseen suhtautumiseen vaikuttaa esimerkiksi e-urheilun nuori ikä verrattuna perinteiseen urheiluun. Ala alkoi kunnolla kehittyä vasta 2000-luvulla. Uuden ilmiön kehittyminen ja hyväksyminen vie aina aikansa. Kuten tämän työn johdannossa mainitsemme, urheilu syntyy kilpailusta. E-urheilu täyttää kaikki urheilun määritelmät fyysistä rasisista lukuun ottamatta, joten se kuuluu urheilun piiriin. Se ei ole parempi tai huonompi verrattuna perinteiseen urheiluun, vaan vaihtoehto (Butler 2020).

### 2.1.2 Elektroninen urheilu

E-urheilu on urheilun muoto, jossa hyödynnetään tietotekniikkaa urheilun välineenä. Yleisimpiä välineitä elektronisessa urheilussa ovat tietokone, pelikonsolit

ja mobiililaitteet. Elektronisen urheilun yleisin suomenkielinen lyhenne on e-urheilu. Englanninkielinen termi on esports, joka tulee sanoista electronic sports. Tässä opinnäytetyössä käytetään lyhennettä e-urheilu. E-urheilu ei tarkoita kuitenkaan suoraan videopelaamista, vaan siihen sisältyy kilpailua paremmuudesta videopelien kautta. (SEUL 2019.)

Pelaajamääriltään suurimmat videopelit ovat ottaneet asemansa myös kilpapeleamisen kentällä. (ks. kuvaa 1) Suosituimpia e-urheilun lajikategorioita ovat muun muassa FPS (engl. FPS first person shooter, ensimmäisen persoonan räiskintäpelit), MOBA (engl. Multiplayer Online Battle Arenapelit) ja RTS (engl. real-time strategy, reaaliaikaiset strategiapelit), ja Battle Royale -selviytymispelit. Näiden ohella muita vähemmän suosittuja pelikategorioita ovat urheilu-, ajo-, ja taistelupelit. Yksittäisen peligenren suosioon e-urheilun alalla vaikuttaa monta tekijää, joista tärkeimpänä on pelin pelaajamäärä, joka vaikuttaa kyseisen pelin tunnettuuteen. Se korreloi usein suoraan katsojamääriin, kun pelin ammattilaiset pelaavat toisiaan vastaan ja katsojakunta pääsee katsomaan pelejä suoratoistopalveluiden välityksellä. (SEUL 2019.)



Kuva 1. Rion CS:GO Major-turnaus 2022. Kuva: Correio Braziliense

### 2.1.3 E-urheilun nykytila

E-urheilun nykytilan tarkastelussa on hyvä verrata koko e-urheilua ilmiönä perinteiseen urheiluun ja sen suosituimpiin lajeihin Suomessa niin lajin harjoittajien kuin katsojienkin osalta. Penkkiurheilijakunnalle e-urheilu ja sen lajit ovat varsin tuntemattomia, ja niihin liittyy ennakkoluuloja. E-urheilun poikkeava harjoittamistapa verrattuna fyysistä liikuntaa sisältävään perinteiseen urheiluun estää sen suosion kasvua enimmäkseen vanhemman kuluttajapolven osalta. Suurelle osalle suomalaisista menestyneimmät jääkiekkoilijat tai jalkapalloilijat ovat vähintään tuttuja nimiä, joillekin suuria urheilusankareita. E-urheilijoista sen sijaan ennakkoluulot ohjaavat vanhempaa kuluttajapolvea ajattelemaan videopelaamisen negatiivisia vaikutuksia, kuten esimerkiksi taistelupelien väkivaltaisuuden peilautuminen pelaajien tosielämän käyttäytymiseen, fyysisen kunnon heikkoon tilaan tietokoneella istumisen takia tai eri aikavyöhykkeillä tapahtuvan verkkopelelaamisesta johtuvaan unirytmien sekoittamiseen. (Jalonen 2018.)

E-urheilulla on kuitenkin kiistatta myös hyvät puolensa. Etenkin verkossa tapahtuvaan pelaamiseen liittyy sosiaalinen näkökulma, sillä pelaaminen voi olla monelle nuorelle keino kokea yhteisöllisyyttä ja sosiaalista kanssakäymistä. Kuten perinteisemmissä harrastuksissa, myös pelaamisessa vuorovaikutustaidot kehittyvät ja e-urheilun kansanvälisyys antaa pelaajille eväitä yhä monikulttuurisemmaksi käyvään työelämään. (Jalonen 2018.) E-urheilu on edelleen nopeimmin kasvava urheilun seuraamisen muoto. Vuonna 2022 e-urheilua seurasi arviolta hieman alta puoli miljardia ihmistä. Vuonna 2024 luvun arvioidaan kasvavan 577 miljoonaan seuraajaan (Geysler 2022). Vuonna 2019 maailmanlaajuisen e-urheilumarkkinan arvo oli 957,5 miljoonaa dollaria. Arvo on kasvanut kahden vuoden aikana lähes 1,08 miljardiin dollariin. Arvon odotetaan olevan jopa 1,62 miljardia dollaria vuonna 2024. (Pilipović 2022.)

Suuren katsojavolyymien vuoksi yritykset ovat alkaneet kiinnostua e-urheilusta yritysyhteistyön muodossa. Yhteistyön kautta saatavat sponsoritulot ovat merkittävä osa e-urheilubisnestä niin Suomessa kuin maailmalla. Miinuspuolena

on, että sponsorituloilla on jopa liian suuri merkitys isoille kansainväliselle organisaatiolle. Suomessa e-urheilusponsorointi on sen verran pientä, että parhaiden pelaajien pitäminen on haastavaa. Paremmin maksavat organisaatiot haalivat parhaat pelaajat itselleen ja siirrot ovat usein kannattavia bisnesmielessä myös myyjän kannalta. Yritysyhteistyötä tapahtuu monessa muodossa, kuten e-urheiluorganisaatioita, yksittäisiä pelaajia tai lajitapahtumia sponsoroimalla. Yritykset saavat näkyvyyttä logolleen ja tuotteilleen tapahtumissa ja livelähetyksissä esimerkiksi lahjoittamalla laitteitaan tai muita resursseja pelaajien käyttöön. (Suomi Esports 2022.)

Nuoret ovat löytäneet e-urheilun niin katsojina kuin harrastajinakin. Nuorten keskuudessa e-urheilijoiden on helpompi nousta suosioon, sillä nuoret käyttävät e-urheilulle suunnattuja jakamisalustoja enemmän ja ymmärtävät seuraamisen ja pelikokemusten avulla lajin absoluuttista huipputasoa paremmin. E-urheilua voi verrata muihin verkon välityksellä tapahtuviin ilmiöihin, joiden alustoilta nousee jatkuvasti nuoren sukupolven idoleita heille suunnatulla sisällöllä. Tämän vuoksi esimerkiksi e-urheilija tai Twitch-, Youtube- tai TikTok-sisällöntuottaja voi olla suurempi idoli nuorelle kuin pääosin televisiossa näkyvä perinteisen urheilun tähti. Viimeaikaiset tutkimukset osoittavat, että ihmiset samastuvat vahvemmin muun muassa sosiaalisen median vaikuttajiin kuin perinteisempiin julkisuuden henkilöihin. (Schouten, Janssen & Verspaget 2019.)

#### 2.1.4 Kilpapelaaminen Suomessa

Kotimainen kilpapelaaminen on alun perin lähtöisin LAN- ja demotapahtumista, kuten vuonna 1992 perustetusta tietokonefestivaali Assemblystä. (ks. kuvaa 2) Tapahtumissa on järjestetty 1990-luvun alusta asti turnauksia eri peleissä. Suomalaiset pelitalot kuten Supercell, Rovio ja Remedy ovat saaneet alkunsa näistä tapahtumista. Ystäväporukoiden harrastustoiminnasta on siis kasvanut vuosien varrella kotimaamme digitaalisen teollisuuden suurimpia yrityksiä. (Kraneis & Rantala 2018 94–95.) Aktiivisia CS:GO:n liiga- ja turnaustoteutuksia on tällä hetkellä esimerkiksi Elisa Esportsilla ja Finnish Esports Leaguella. Harrastetasolla pelattavaa löytyy esimerkiksi Kanaliigan firmaliigasta ja Educational

Masters -turnauksesta, jossa on eri koulutusasteille jaettuja liigoja. (Liquipedia 2022.)

Viime aikoina Suomessa on nähty myös pelin suurtapahtumia, kuten Red Bullin Flick-turnaus vuonna 2022, Elisa Esportsin Elisa Masters Espoo 2022 ja Starsquadin sekä Elisa Esportsin järjestämä Arctic Invitational vuonna 2019 (Liquipedia 2022). E-urheilyyhteisön toivoman aseman saavuttaminen suomalaisessa urheilukulttuurissa on vielä kesken. Vuosittain järjestettävässä Urheilugaalassa palkitaan suomalaisia urheilijoita ja urheilutoimijoita kuluneen vuoden saavutuksista. E-urheilu ei saa gaalassa mielestämme ansaitsemaansa arvostusta. Urheilutoimittajain Liitto linjasi vuonna 2020, että Vuoden urheilijaksi voi valita e-urheilijan, mikäli lajina on urheilupeli. Tämä tarkoittaa, että Vuoden Urheilija -äänestyksen ulkopuolelle ovat jääneet maamme tunnetuimmat e-urheilijat, kuten esimerkiksi Starcraft II -maailmanmestari Joonas "Serral" Sotala, Dota 2 -maailmanmestarit Jesse "JerAx" Vainikka ja Topias "Topson" Taavitsainen sekä CS:GO:n Aleksi "Aleksib" Virolainen.



Kuva 2. Osallistujia Assembly Summer 2018 -tapahtumassa. Kuva: Atte Haapalahti / Assembly

## 2.2 Fanius ja katsojakokemus e-urheilussa

Tässä osiossa selvitämme urheilun kannattamisen ja katsomisen syitä. Urheiluun liittyviä osa-alueita pohtiessa ja määritellessä on hyvä perustella, mitä syitä sen olemassaololle etenkin ammattilaistasolla on. Miksi urheilu ei ole vain urheilijoille itselleen, ja miksi se kiinnostaa myös katsomismielessä? Oli kyse perinteisestä urheilusta tai e-urheilusta, niiden taustalta löytyy faneja, kannattajia tai seuraajia, joiden avulla ammattilaisuutta on urheilussa mahdollista ylläpitää. Tässä ei ole kyse pelkästään taloudellisesta ylläpidosta vaan myös kulttuurista.

### 2.2.1 Miksi urheilu kiinnostaa?

Pohdimme urheilua kuluttavina henkilöinä syitä sille, miksi urheilun seuraaminen on meille tärkeää. Olemme molemmat urheilleet nuorena harrastajatasolla, mistä on syntynyt perspektiivi ja samastumispinta urheilijoihin, joita itse katsomme paikan päällä tai vastaanottimen ääreltä. Vaikka omissa peleissämme ei ole ollut prosenttiakaan siitä katsojamäärästä, joka esimerkiksi suuren jalkapallo-ottelun stadionilla tai muissa huippu-urheilun tapahtumissa on, pystymme tuntemaan urheilijan kokeman paineen ja myös nautinnon suorittaa katsojien edessä.

Miksi urheilun katsominen kiinnostaa ja miksi se merkitsee? Ihmiset katsovat urheilua eri syistä, ja syyt voivat vaihdella yksilön ja urheilulajin mukaan. Urheilu on monien ihmisten mielestä yksinkertaisesti viihdyttävää. Urheilu voi olla draamaattista, jännittävää ja mukaansatempaavaa, ja se voi tarjota tunteen arjesta pakenemiseen. (Morgan 2022.)

Meille itsellemme urheilun katsominen on esimerkiksi eskapismia, jolla tarkoitetaan todellisuuspakoisuutta. Moni kaipaa eskapismia arjessaan stressin ja kuormittavuuden keventämiseen erilaisin keinoin. Eskapismin kannalta on muistettava, että meidän tapauksessamme urheilun katsomisen ei ole tarkoitus ratkaista suuria ongelmia, mutta pieniä jokapäiväisiä stressinaiheuttajia se voi lieventää ja arjesta pääsee irtaantumaan helpommin. (Salminen 2019.)

### 2.2.2 Kilpailu ja taito urheilun vetovoimana

Ihminen on luonnostaan kilpailuhenkinen. Ihmisen kilpailuhenkisyyden uskotaan olevan biologinen selviytymiseen vaadittava ominaisuus, joka näyttäytyy nyky-yhteiskunnassamme niin työelämässä, politiikassa kuin ihmissuhteissakin. Urheilussa kilpailu onkin sen suurin vetovoima, ja sen katsominen voi tyydyttää tämän kilpailun tarpeen. Fanit voivat tuntea olevansa investoituneita suosikkijoukkueisiinsa tai urheilijoihinsa ja nauttia jännityksestä yhdessä. (Van der Linden 2015.) Kilpailullisuus korostuu, kun kilpaillaan pelkän paremmuuden mittaamisen lisäksi myös jostakin panoksesta. Esimerkiksi rahapalkinnon tai sarjamestaruuden saavuttaminen ovat yksilöille ja joukkueille tavoitteita, joiden mukana katsoja elää ja toivoo niiden tavoitteiden toteutumista.

Urheilussa mielenkiintoa katsojassa herättää muun muassa urheilijoiden lajitaito. Katsojat haluavat nähdä suorituksia, joihin ei tavallinen ihminen kykene. Perinteisessä urheilussa katsojaa voivat ihastuttaa vaativat fyysiset suoritukset esimerkiksi nopeuteen, voimaan tai ketteryyteen liittyen. (Franklin 2022.) E-urheilussa huippunopeat refleksit, mekaaninen yksilötaito tai viimeiseen asti hiottu joukkuepelaaminen antaa katsojalle nautinnollisia katsomiskokemuksia. E-urheilun katsominen on käytännössä sama, kuin perinteisessäkin urheilussa. Huippupelaajien lajitaidot ihastuttavat molemmissa. Lisäksi e-urheilun katsojista moni pelaa katsomaansa lajia itse, joten omia pelitaitoja on katsoessa helppo verrata parempiin pelaajiin. (Yellowzebra Sports 2018.)

### 2.2.3 Urheilun yhteisöllisyys

Urheilu tuo meitä yhteen ja se tulee aina olemaan suuri yhteisöllisyyden voimavara. Urheilu ylittää kielelliset, kulttuuriset ja maantieteelliset rajat ja saa meidät kokemaan yhdessä jännitystä ja kannustamisen huumaa. (Hasseltine 2011.)

Sosiaalisuus on iso osa urheilun katsomista. Tunne johonkin ryhmään kuulumisesta on tärkeää meille. Yhteiset jaetut ilot urheilun kautta ystävien, perheen tai

muiden fanien kesken voi olla hauska tapa jakaa kokemuksia. Myös pettymykset suosikkijoukkueen kirvelevän tappion takia on helpompi jakaa yhdessä. (Diamond 2022.) Esimerkiksi jääkiekon maailmanmestaruuden juhliminen kansakuntana tuo suomalaisia yhteen. Urheiluyhteisöillä voi olla monia muotoja paikallisista amatööri-liigoista ja seuroista kansainvälisiin järjestöihin ja faniryhmiin. Viime vuosina on syntynyt myös verkkoyhteisöjä, joissa ihmiset ovat ottaneet yhteyttä sosiaalisen median ja verkkofoorumien kautta keskustellakseen suosikkilajeistaan ja -joukkueistaan. (Sultana 2021.)

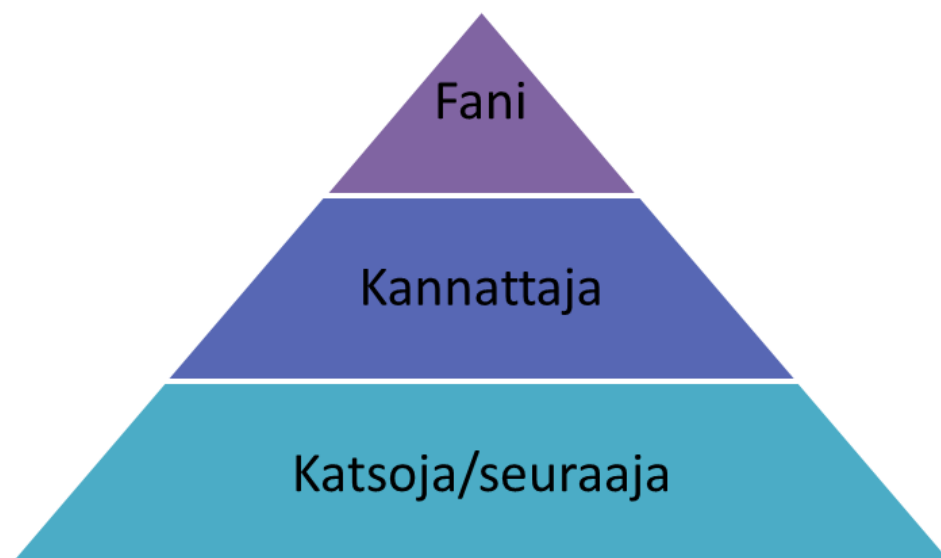
Urheiluyhteisö voi sosiaalisten etujen lisäksi tarjota mahdollisuuksia henkilökohtaiseen kasvuun ja kehittymiseen. Urheilemalla ja pelaamalla osana yhteisöä yksilö voi kehittää fyysisiä kykyjään, oppia ryhmätyö- ja johtamistaitoja sekä kehittää kurinalaisuutta ja sinnikkyyttä. (Hasseltine 2011.)

Yhteenvetona urheilun katsominen voi herättää katsojassa paljon positiivisia tunteita, yhteenkuuluvuutta, ylpeyttä omaa suosikkiaan ja sen tuomaa yhteisöä kohtaan ja pakenemista arkisista murheista. Olipa kyse pelaamisesta, valmennuksesta tai vain fanina olemisesta, urheilu voi tarjota kuulumisen ja tarkoituksen tunteen ihmisille kaikilta elämänaloilta. (Diamond 2022.)

#### 2.2.4 Fani, kannattaja vai seuraaja?

Fani, kannattaja ja seuraaja ovat kaikki yleisesti käytettyjä termejä ihmisistä, jotka osallistuvat urheilutapahtumiin tai ovat kiinnostuneita katsomaan urheilua. Urheilun katsojia voidaan jakaa eri luokkiin (ks. kuviota 1) sen perusteella, millainen suhde ja identifiointi katsojalla on seura, joukkuetta tai lajia kohtaan. (Giulianotti 2002, 36–38.)





Kuvio 1. Fani, kannattaja, katsoja/seuraaja

Fanit ovat tyypillisesti omistautunein ja intohimoisin ryhmä näistä kolmesta. Faneja yhdistää yleensä emotionaalinen kiintymys jotakin seuraa, joukkuetta tai urheilijaa kohtaan. Fanit ovat innostuneita ja lojaaleja katsojia, joille lopputuloksella on suuri merkitys tunnetasolla. Fanit osallistuvat säännöllisesti tapahtumiin ja katsovat mahdollisimman tiiviisti suosikkiensa otteita sekä käyttävät esimerkiksi joukkueen värejä ja fanituotteita osoittaakseen tukensa suosikeilleen ja identiteettinsä katsojina. Faneille tyypillistä on joukkueiden lisäksi yksittäisen tähtipelaajan ihailu oman suosikkijoukkueensa ulkopuolelta. (Giulianotti 2002, 36-38.)

Kannattajat voidaan myös nähdä intohimoisina katsojina, mutta heidän suhteensa yksilöihin ei ole samankaltainen kuin faneilla. Kannattajat ovat uskollisia seuraan ja suosikkilajiaan kohtaan, mihin liittyy esimerkiksi paikallisuus ja kotikaupungin tai maan edustajan kannattaminen tai itse lajin ihannointi. Kannattajat osallistuvat säännöllisesti tapahtumiin, mutta yksittäinen lopputulos ei vaikuta heihin tunnetasolla yhtä voimakkaasti kuin fanilla. Kannattajat näkevät omat suosikkinsa "perheenä" ja pysyvät uskollisina myös silloin, kun suosikeilla menee odotuksia heikommin. (Giulianotti 2002, 33-34.)

Seuraajat nähdään eri lajien, joukkueiden ja urheilijoiden satunnaisina tarkkailijoina. He voivat katsella tarjonnan mukaan yksittäisiä otteluita televisiosta tai osallistua silloin tällöin tapahtumiin, mutta he eivät ole tunnetasolla sitoutuneita toimintaan. Seuraajat nauttivat urheilutapahtumasta viihdearvon vuoksi ja näkevät urheilun vapaa-ajan nautintona. (Giulianotti 2002, 35.) Kuvassa 3 on nähtävillä suuri joukko katsojia, joiden joukossa on todennäköisesti kaikkia edellä mainittuja katsojatyyppejä.

Kokemuksemme mukaan kaikkia katsojatyyppejä näkyy e-urheilussa. Intohimoiset fanit pitävät meteliä tapahtumissa ja elävät otteluiden mukana tunteella, ikään kuin olisivat osa joukkueensa tai suosikkipelaajansa yhteisöä. He haluavat nähdä joukkueesta riippumatta lajin tähtipelaajien uskomattomia suorituksia. Esimerkkinä lajin parhaimmilla pelaajilla on faneja, joita ei välttämättä kiinnosta tietyn joukkueen menestys. Kannattajat valitsevat tapahtuman tai suoran lähetysten suosikkijoukkueensa mukaan ja nauttivat ”omiensa” menestyksestä, mutta seisovat heidän tukenaan myös tappion hetkellä. Kannattaja ymmärtää lajista ja osaa seurata ottelutapahtumia myös analyyttisesti.



Kuva 3. Katsojat jonottamassa IEM Katowice 2017 lopputurnauksen areenalle.  
Kuva: TSN

### 2.2.5 E-urheilun kannattajakulttuurin ominaispiirteet

E-urheilun kannattajakulttuurin ainutlaatuisuus perinteiseen urheiluun verrattuna korostuu siinä, että katsojilla on mahdollisuus kilpailla peleissä täysin samoilla säännöillä, samalla ranking-systeemillä ja samoilla servereillä kuin seuraamansa e-urheilija. Tämä tarjoaa kannattajalle täysin ainutlaatuisen näkökulman lajin ymmärtämiseen ja siihen samastumisen. Verrattuna perinteiseen urheiluun, e-urheilulajit ovat alttiina erittäin nopeaan muuttumiseen. Peleissä haetaan tasapainoa nopealla aikataululla esimerkiksi bugien korjauksella, hahmojen ja aseiden tasapainottamisella, uusilla kartoilla ja vanhojen karttojen korjauksilla. Nämä muutokset ovat samat niin pelin vasta aloittaneelle kuin kokeneelle huipputason e-urheilijalle. E-urheilun organisaatiokenttä jakaa saman muutosherkkyyden kuin pelit itsessään. Kannattajat fanittavat useammin eri pelaajia ja tiettyjä kokoonpanoja kuin organisaatioita. E-urheilun kannattaminen on harvoin siis organisaatio-, paikkakunta-, tai maakohtaista vaan keskittyy enemmän henkilöihin. (Anderson-Coto, Tomlinson, Collado, Squire 2020.)

Vuosia e-urheilua seuranneena oman kokemuksemme mukaan e-urheilusta puuttuu selkeä kotikenttäetu, ja lajia seuraavat ihmiset kokoontuvat isoimpiin turnauksiin seuraamaan huipputason pelisuorituksia. Tietyille organisaatioille ja pelaajille löytyy toki fanaattisia kannattajia, mutta pääosin e-urheilun seuraajia yhdistää se, että heistä suurin osa on itse aktiivisia pelaajia. Tyreal Yizhou Qianin ym. tekemän tutkimuksen mukaan yksi tärkeimmistä syistä katsoa huipputason e-urheilua on kehittää omaa pelaamistaan ja lajin ymmärrystä. (Qian, Wang, Zhang & Lu 2019.)

## 2.3 Striimituotanto pelaamisessa

Tämän kappaleen avulla selvitämme, mitä suoratoisto on ja millainen rooli ja merkitys sillä on ollut pelaamisen ja e-urheilun kehittymisessä sen nykyiselle tasolle. Striimituotannon laadulla on valtava merkitys katsojakokemukseen ja sen vuoksi haluamme selvittää, mikä tekee striimituotannosta hyvän.

### 2.3.1 Suoratoisto e-urheilussa

Suoratoisto (myös striimaus, engl. streaming) on iso osa e-urheilualan kulttuurista. Suosituin pelaamisen suoratoistopalvelu Twitch on noin 15 miljoonan päivittäisen käyttäjän palvelu, jossa pelaamisen lisäksi on myös muuta suoratoistosisältöä. Ensimmäinen todellinen e-urheilun kasvupyrähdys syntyi Twitchin tultua markkinoille vuonna 2011. Suosituimmat yksittäiset Twitch-sisällöntuottajat tekevätkin videopelisisältöä (engl. content creator). Striimaus on saavuttanut valtavan suosion pelaajien keskuudessa, ja katsojilla on paljon valinnanvaraa sisällöntuottajien välillä. Twitchillä on ollut iso vaikutus pelaamiseen ja se on synnyttänyt pysyviä piirteitä internet-kulttuuriin. (Skogvard 2022.)

Viihdepelaaminen ja e-urheilu ovat eri asia, mutta niiden raja on hälventynyt viihdesisällön tavoitteellisuuden vuoksi. Monet suosittu striimaajat ovat hyviä pelaamaan tiettyjä pelejä, mutta lisäaspekti syntyy viihteestä. Huumori ja kansakäyminen striimin keskustelualustan avulla katsojien kanssa pelaamisen ohella ovat yleisiä tapoja viihdesisällölle. Lahjoitukset, kuukausitilaajat ja sponsorit tuovat striimaajalle tuloja. Tällaista toimintaa voi kutsua ammattimaiseksi, sillä suosituimmille sisällöntuottajille striimaus on päivätyötä, vaikkei itse pelaaminen ole ammattitasolla. Huipputason pelaajat eivät ole usein aktiivisia striimaajia, sillä heidän on käytettävä aikansa harjoitteluun joko joukkueen kanssa tai yksin riippuen heidän pelaamastaan lajista. (Elchison 2019.)

Vaikka Twitch on tuonut paljon arvoa e-urheilun alalle, sen katsojamäärille ja faneille, Twitchin tulevaisuuteen voidaan liittää kysymysmerkkejä. Twitch teki e-urheilun katsomisesta ilmaista, mitä se on tänäkin päivänä. Perinteisen urheilun tarjonta televisiosta on nykyään ohutta ilman pay-per-view -menetelmää ja tilauspohjaiset kanavapaketit ovat alan standardi. Jos haluaa katsella jotakin isoa ottelua tai tapahtumaa, on siitä maksettava. Kysymys Twitchin kohdalla onkin se, pystyykö se kannattelemaan itseään samalla tavalla kuin se on tehnyt tähän asti. Olisi mielenkiintoista nähdä, mistä e-urheilusta fanit olisivat valmiita maksamaan ja kuinka paljon. Tarjoaisiko esimerkiksi Major-loppuottelu riittävästi viihdettä katsojalle maksua vastaan, kun nykyään ala on jo valtavan suuri?

E-urheilun alkuaikoina maksuton katsominen oli ensiarvoisen tärkeää alan kasvun kannalta, sillä kuka tahansa saattoi katsoa ja rakastua e-urheiluun ilmaiseksi. Se teki käyttöönoton kustannuksista uskomattoman alhaiset faneille. (Skogvard 2022.)

### 2.3.2 Katsojan sitouttaminen suorassa lähetyksessä

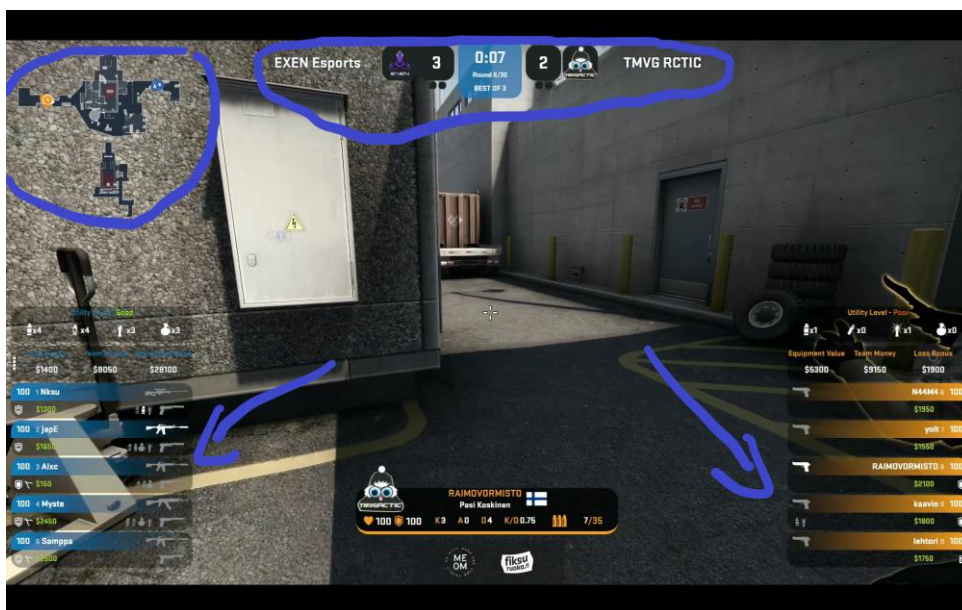
Katsojan sitouttamiseen suorissa lähetyksissä liittyy tekijöitä, joiden avulla katsojakokemus paranee ja katsoja viihtyy lähetyksessä pidempään. Näitä tekijöitä ovat esimerkiksi sisällön personointi, tarinankerronta, tunteet, visuaaliset elementit ja vuorovaikutteisuus. (Shaw 2021; Heller n.d.)

Twitchin sisällöntuotantoon liittyvällä kurssilla striimaaja ja sisällöntuottaja Harris Hellerin videoluennolla nostetaan esiin teemoja, joihin aloittelevan striimaajan tulisi keskittyä. Mielestämme näihin keskittyminen on hyvä neuvo myös liigälähetyksiä tuottaville kanaville, olivat ne sitten uusia tai pitkään mukana olleita. Katsojat sitoutuvat todennäköisemmin sisältöihin, jotka liittyvät heidän kiinnostuksen kohteisiinsa tai tarpeisiinsa. Tämän vuoksi personointi on tärkeä osa jokaisen kanavan imagoa. Niin aloittelevan sisällöntuottajan kuin ammattilaistason tuotannon on tunnistettava se katsojakunta, joille sisältöä tehdään. Kun katsojat kokevat, että sisältö on räätälöity heille, sitoutuminen on todennäköisempää. Kaikkien lähetykseen tulevien katsojien on tunnettava olonsa tervetulleeksi, joten on tärkeä huomioida jokainen katsoja harjoittamalla vuorovaikutteisuutta. (Heller n.d.)

Vuorovaikutteisuutta suorassa lähetyksessä voi toteuttaa osallistavilla elementeillä. Niitä ovat esimerkiksi katsojaäänestykset, arvonnat ja kilpailut. Lisäksi e-urheilulähetyksille ominainen livechat antaa katsojille mahdollisuuden keskustella selostajien tai muiden katsojien kanssa ja reagoida yhdessä lähetyksen tapahtumiin. Näillä voi rohkaista katsojaa osallistumaan lähetykseen, mikä vaatii myös sisällöntuottajan puolelta aktiivisuutta katsojia kohtaan. Katsojaa ei pidä pakottaa osallistumaan, vaan tarjota mahdollisuus siihen. (Heller n.d.) On katsojia, jotka eivät halua osallistua, ja heille riittää pelkkä passiivinen seuraaminen.

On myös katsojia, jotka haluavat osallistua ja olla mukana osana sisällön luontia. Osallistuville katsojille on olemassa kaksi roolia, interaktiivisuus ja osallistuminen. (Rosenvall & Vacklin 2015, 199.)

Visuaalisuus on tärkeä osa katsojakokemusta. E-urheilulähetyksissä hyvin tehdyt visuaaliset elementit, kuten pelinsisäistä informaatiota antavat tilastoruudut, hidastukset ja heads-up display (HUD) (suomeksi heijastusnäyttö), antavat jo ensisilmäyksellä kuvan katsojalle suoratoiston laadusta. (ks. kuvaa 4) Koke-  
muksiemme mukaan myös hyvällä ohjauksella on merkitystä sille, miten hyvin katsoja pysyy mukana pelissä. Yksinkertainen ja laadun tasaisuus visuaalisessa toteutuksessa on tärkeää yleisölle. (Shaw 2021). Kuitenkaan visuaalisuus ei ole ensimmäinen asia, johon satsata liikaa resursseja ennen kuin kanavan sisältö on kunnossa. (Heller n.d.). Alla olevaan kuvaan merkitsimme esimerkkejä visuaalisista elementeistä.



Kuva 4. Kuvakaappaus eSM-liigan ottelusta. Kuva: Twitch

Hellerin yksi teemoista “What Makes You, You” tarjoaa hyvän näkemyksen siitä, että erottamalla omalla tyyllillä voi saavuttaa sitoutuneemman yleisön. Vaikka Heller tarkoittaa yksittäisen striimaajan oman persoonan merkitystä, pätee tämä

mielestämme myös ottelulähetyksiä tekeviin kanaviin. Kun toteutuksessa välit-  
tyy kanavan oma tyyli, luo se katsojalle mielikuvan siitä, että tulevassakin lähe-  
tyksessä on jotain tuttua ja turvallista. Katsoja voi myös haluta nähdä jotakin,  
mitä muut eivät tee yhtä hyvin tai tee lainkaan. (Heller n.d.) Tässä mielestämme  
kotimainen kärkikanava on Pelaajatcom, jonka tyylivalinnoista kerrotaan lisää  
työn tuloksissa. Lähetysiin kuuluu tunnetta ja tarinankerrontaa, josta tulee ilmi  
oikeiden ihmisten näkemyksiä, eikä pelkkää asiapitoisuutta. Hauskat tai kova-  
ääniset reaktiot ja tarinallinen tyyli kertoa katsojalle ottelusta ovat meille katso-  
jan näkökulmasta niitä elementtejä, joissa tuotanto erottuu joko edukseen tai  
haitakseen. Vaikuttava kerronta sisältää mielestämme huumoria, asiantunti-  
juutta, empatiaa, jännitystä ja myös pelin kritisointia tilanteen mukaan.

Yleisesti ottaen katsojan sitouttaminen lähetykseen edellyttää heidän kiinnos-  
tuksen kohteidensa ja tarpeidensa ymmärtämistä. Tämä pätee myös e-urheilu-  
lähetykseen, vaikka tärkein sisältö on itse peli. Pelin katsomisen on oltava visu-  
aalisesti miellyttävää, ja e-urheilulähetyksessä selostajalla on iso rooli katsojan  
mielenkiinnon ylläpitämisessä. Asiantuntevan ja humoristisen kerronnan voimin  
katsojan mielenkiinto pysyy ja vähemmänkin jännittävstä ottelusta voi saada  
viihdyttävän kokonaisuuden, kun muu tuotantokokonaisuus on toimivaa.

### **3 Tapauksen kuvaus**

Kehittämiskohteemme on Suomen elektronisen urheilun liiton CS:GO:n viralli-  
nen suomenmestaruusliiga nimeltään eSM-liiga. Liigan tarkoitus on luoda suo-  
malaisille pelaajille selkeä pelaajaura ja -polku ensimmäisistä harjoituksista aina  
kansainvälisille pelikentille asti. Tiliajamme mukaan toiminnan tarkoitus on an-  
taa e-urheiluorganisaatioille tukea niiden toiminnan vahvistamiseen ja tuleville  
huippupelaajille mahdollisuus urakehitykseen. Liigan tavoite on kehittää suoma-  
laista CS:GO-kulttuuria avoimemmaksi ja positiivisemmaksi ja tarjota uusia ta-  
poja kannattajille näyttää tukensa ja osallistua katsojina. (eSM-liiga 2022.) Mei-  
dän opinnäytetyömme tavoitteena on tarjota kehitysehdotuksia, joilla liiga voi  
saavuttaa tavoitteensa tulevaisuudessa.

### 3.1 Suomen elektronisen urheilun liitto

Suomen elektronisen urheilun liitto (SEUL) on vuonna 2010 perustettu suomalaisen kilpapeliturheilun keskusjärjestö. Sen tärkeimmät päämäärät ovat juniori-, nuoriso- ja kilpailutoiminnan kehittäminen, valmennuksen ja tuomaritoiminnan standardointi ja kilpapeliamisen tunnettuuden lisääminen. Liitto panostaa myös lajin harrastustoiminnan arvostettavuuteen ja pyrkii yhdessä yhteistyökumppaniensa kanssa lajin positiivisen kuvan ja ilmiöiden esilletuomiseen. SEULin päivittäisestä toiminnasta vastaavat sen työntekijät yhdessä liiton hallituksen kanssa. Liiton visio on nostaa e-urheilu muiden suurten urheilulajien joukkoon Suomessa. SEUL listaa keinoiksi pitkäjänteisen liigatoiminnan, aktiiviset peliyhteisöt ja monen tasoisen joukkue toiminnan niin kilpailullisella- kuin harrastetassolla. (SEUL 2020.)

SEUL on toteuttanut valmennuksen kehittämishankkeen opetus ja -kulttuuriministeriön rahoituksella vuosina 2018 ja 2019 ja räätälöinyt e-urheilijan polkua Vuokatti-Ruka urheiluakatemia kanssa. Liitto toimii myös nuoristyön parissa esimerkiksi jäsenyhdistysten järjestämissä pelikasvatukseen liittyvissä paikallisissa tapahtumissa ja on aloittanut Helsingin kaupungin nuorisotyön kanssa Non Toxic - syrjimätön pelikulttuuri –hankkeen. Hankkeen päätavoitteena on kehittää pelikulttuuria ja -toimintaa kaikille avoimeksi ja turvalliseksi, vihapuheesta ja häirinnästä vapaaksi harrastukseksi. (Kraneis & Rantala 2018 s. 106–107; SEUL 2020; Nuorten Helsinki 2022.)

### 3.2 ESM-liigan toteutuksen alku ja haasteet

ESM-liiga oli konseptina hieno. Sen oli tarkoitus tarjota suomalaiselle CS:GO-lajikentälle sen tarvitsemää kehitystä liigamuotoisena toteutuksena. Liigan päämäärä oli tarjota joukkueille pelattavaa koko vuodelle sarjamuodossa, jottei lajin harjoittaminen perustuisi pelkästään yksittäisiin turnauksiin. Liiga halusi kannustaa suomalaisia CS:GO-joukkueita pysymään yhdessä, sillä vaihtuvuus joukkueiden kokoonpanoissa on lajin sisällä tiheää.



Suomen elektronisen urheilun liitto (myöhemmin SEUL) lanseerasi Counter-Strike: Global Offensiven (myöhemmin CS:GO) virallisen suomenmestaruusliigan eli eSM-Liigan syksyllä 2021. ESM-Liigan nimellä kulkeva sarja oli yhteistoteutus elektronisen urheilun eSM-titteleitä jakavan Suomen elektronisen urheilun liiton SEULin ja imatralaisen TBZ Esports Oy:n välillä. (eSM-Liiga 2022.)

SEULin liigatoteutus sai alkuun paljon kritiikkiä suomalaiselta e-urheilukentältä ja se päättyi järjestämään 2.2.2022 avoimen keskustelutilaisuuden, jossa liiton edustajat vastasivat ihmisten kysymyksiin. Liigan tarkoituksena oli luoda pelaajille selkeä pelaajaura ja pelaajapolku ensimmäisistä harjoituksista aina kansainvälisille pelikentille asti. Liiga pyrki muodostamaan CS:GO-toiminnan taustalle pysyviä rakenteita. Tähän kuuluu mahdollisuudet CS:GO-valmentajien taitojen kehittämiseen, tuki organisaatioiden toiminnan vahvistamiseen sekä tulevien huippupelaajien urakehityksen mahdollistaminen. (eSM-liiga 2022.)

Liigan ensimmäinen runkosarja käynnistyi 1.3.2022 ja se jatkui 5.5.2022 asti. Kesäkuussa 2022 pelattiin ensimmäisen kauden finaalit. Ottelut striimattiin eSM-liigan Twitch-sivuilla. Runkosarjan ottelut pelattiin kaksi kertaa viikossa, tiistaisin ja torstaisin. Liigan toinen kausi aloitettiin yleisurheilun Suomi-Ruotsi-maaottelun yhteydessä 3.-4.9.2022 viikonloppuna. Perinteisen yleisurheilun Ruotsi-ottelun yhteydessä mukaan otettiin tänä vuonna ensimmäistä kertaa myös e-urheilun Ruotsi-ottelu. Suomea edusti liigan ensimmäisen kevätkauden voittaja TMVG RCTIC. (eSM-liiga 2022.)

Toisen kauden aikana eSM-liiga kohtasi vastoinkäymisiä ja 2.11.2022 Suomen elektronisen urheilun liitto tiedotti päättävänsä yhteistyön TBZ Esports Oy:n kanssa. TBZ Esports Oy ilmoitti, ettei se kykene täyttämään yhteistyösopimuksessa sovittuja taloudellisia velvoitteitaan Mestaruussarjan palkintopotin ja runkosarjapalkan osalta. Tämä rikkoi osapuolten välistä yhteistyösopimusta ja liitto teki päätöksen lopettaa yhteistyön TBZ Esportsin kanssa. Runkosarja pelattiin loppuun saakka ja liitto maksoi kaikille mukana olleille joukkueille lupaamansa runkosarjapalkinnon. CS:GO:n eSM-liigan toisen kauden pudotuspelit järjestettiin tammikuussa 2023 Suomen elektronisen urheilun liiton omana toteutuksena

ja pudotuspelit toteutettiin yhteistyönä Yleisradion kanssa. Conquer Gaming kruunattiin toisen kauden voittajaksi tammikuussa 2023. (SEUL 2023.)

Joulukuussa 2022 SEUL tiedotti Elisa Esportsin toimivan CS:GO eSM-operaattorina vuonna 2023. Elisa Openin kaudet 4. ja 5., sekä eSM-finaaliturnaus tulevat olemaan SEULin alaista kilpailutoimintaa, jolloin pelaajien tulee olla SEULin lisenssin alla pelaavia e-urheilijoita. (SEUL 2022.) Helmikuussa 2023 eSM-liigan verkkosivut on poistettu toiminnasta ja kaikki CS:GO:n eSM-tiedotus liittyy Elisan järjestämiin tapahtumiin.

### 3.3 Kilpapeliturnaukset ja liigat

E-urheilussa suosituimpiin peleihin kehittyvä vahva kilpailullinen kulttuuri, joka johtaa järjestäytyneeseen kilpailutoimintaan erilaisten liigojen ja turnausten muodossa. Kilpailutoiminnan järjestäjien joukossa on kaupallisia toimijoita kuten pelien julkaisijat, mutta myös erilaisia järjestöjä ja yhdistyksiä. E-urheilussa on huomattava se, että poiketen perinteisestä urheilusta, pelin eli lajin omistaa yleensä kaupallinen toimija. Tämän vuoksi iso osa pelien suurimmista kilpapeliturnauksista ja -liigoista on pelikehittäjien järjestämiä tapahtumia ja tähtää sen kautta myös kasvattamaan pelin taloudellista hyötyä yhtiölle. Tämä on mahdollistanut e-urheilun kilpailullisen puolen räjähtävän kasvun suurien palkintosummien ja pelaajien kiinteiden kuukausipalkkojen kasvun myötä. E-urheilu ei ole myöskään erityisen säädeltyä tai keskitettyä toimintaa, mikä vaikeuttaa sen kokonais kuvan ymmärtämistä. (Kraneis & Rantala 2018 88.)

Tästä syystä järjestötoiminnalle on siis selkeää kysyntää. E-urheilun kilpailutoiminta on kehittynyt pitkälti kaupallisten intressien ajamana ja tästä syystä se tarvitsee järjestöpohjaista toimintaa ajamaan pelaajien, organisaatioiden ja itse e-urheilun etua. Jotta elektroninen urheilu olisi Suomessa ja maailmalla arvostettu urheilumuoto muiden huippu-urheilulajien joukossa, tarvitsee se ympärilleen pitkäjänteistä liigatoimintaa, aktiivisia peliyhteisöjä ja monen tasoista joukkue-toimintaa niin kaupallisella kuin harrastetasolla. SEUL ry:n visio on tehdä tätä yhdessä kaikkien e-urheilukentän toimijoiden kanssa. SEUL:in strategiakauden

2021–2024 päävalintana on kilpailutoiminnan kehittäminen ja lyhyen aikavälin toimina se tähtää useiden eri lajien eSM-turnausten järjestämiseen. (SEUL Strategia 2022.)

Lähivuosina e-urheilun ja perinteisen urheilun muodot ovat yhdistyneet e-urheilugenreen voimakkaammin. Kansainvälinen Olympiakomitea julkaisi lajit vuoden 2023 Singaporessa pidettävään Olympic Esport Series –turnaukseen. Mukana ei ole yhtään isoa e-urheilulajia, vaan kaikki lajit ovat digitaalisia versioita perinteisistä olympialajeista. (International Olympic Committee 2023.) Kansainväliset järjestöt, kuten FIFA ja ammattiuurheilusarjat, kuten NBA ja NHL, ovat integroineet e-urheiluturnaukset aiempaa selvemmin osaksi brändiään. Myös urheiluseurat ovat lähteneet sijoittamaan e-urheilujoukkueisiin ja sarjoihin. Kotimaisina esimerkkeinä voidaan ottaa esimerkiksi HIFK (hREDS) ja SJK (Halla esports), ja Yhdysvalloissa merkittävä osa League of Legends -pelin ammattilaissarjan joukkueista on NBA-organisaatioiden omistuksessa. (Kraneis & Rantala 2018. 88.)

Suomalaiset kilpapeliturnaukset ovat kasvaneet alun perin demo- ja LAN-tapahtumien yhteydessä erillisten kaupallisten liigojen ja turnaussarjojen sijasta. Suomen suurin tietokonefestivaali Assembly on järjestetty vuodesta 1992 lähtien ja se kerää edelleen tuhansia kiinnostuneita vuosittain kokoontumaan e-urheilun ja oheistoiminnan pariin. Assemblyn kaltaiset tapahtumat ovat myös isoimpia syitä sille miksi suomalainen pelisuunnittelu on ollut niin elävää. Tapahtuma on ollut mukana esimerkiksi Remedyn, Rovion ja Supercellin kaltaisten pelitalojen syntymisessä. Tapahtuman pääpaino on viime vuosina siirtynyt demoskenestä e-urheiluun luonnollisena siirtymänä. Telia osti tapahtuman vuonna 2018 tarkoituksenaan laajentaa e-urheilubrändiään myös LAN-tapahtumien suuntaan. Telian pääomistajuuden myötä Assembly on alkanut tuottamaan myös TV- ja suoratoistopalvelusisältöä e-urheilun parista. (Assembly 2022; Kraneis & Rantala 2018 94-95.)

## 3.4 Counter-Strike: Global Offensive

Counter-Strike Global Offensive (lyh. CS:GO) on ensimmäisen persoonan räis-  
kintäpeli. Valve Corporationin ja Hidden Path Entertainmentin kehittämä takti-  
nen FPS-peli on julkaistu vuonna 2012. Sen suosio on pitkästä iästään huoli-  
matta pysynyt äärimmäisen korkealla e-urheilun kentällä. CS:GO on Counter  
Strike -pelisarjan neljäs osa. (Suomiesports 2022.)

### 3.4.1 Pelaajamäärät

CS:GO:n tarkka pelaajien kokonaismäärä ei ole tiedossa, mutta karkealta arvi-  
olta sillä on yli 20 miljoonaa kuukausittaista käyttäjää. Esimerkiksi helmikuussa  
2020 peliä pelasi noin 24 miljoonaa pelaajaa. Keskimääräinen pelaajamäärä  
ylittää säännöllisesti yli 500 000 samanaikaista pelaajaa. (Rondina 2022.)

### 3.4.2 Pelin perusidea

CS:GO-pelissä on yhteensä yhdeksän pelimuotoa, joista tunnetuimmassa ja  
huipputasolla pelattavassa pelimuodossa vastaterroristit (CT), ja terroristit (T)  
pelaavat vastakkain viiden hengen joukkueissa. Virallisena e-urheilufurmaattina  
toimiva pommitehtävä (eng. bomb defusal) on ollut mukana alusta asti, jo kah-  
den vuosikymmenen ajan. (Rönkä 2018.) Pommitehtävässä pelataan kierros-  
voitoista. Jokainen kierros alkaa tukikohdista, jotka sijaitsevat eri puolilla pelin  
karttaa. Kierrosaika on kaksi minuuttia, jonka aikana terroristijoukkueen tavoit-  
teena on asettaa aikapommi maahan joko A- tai B-pommialueelle. T-puoli voit-  
taa kierroksen räjäyttämällä pommin tai eliminoimalla kaikki CT-puolen pelaajat  
ennen kierroksen päättymistä. CT-puolen tavoitteena on eliminoida kaikki terro-  
ristit ja estää pommin asettaminen. Toinen vaihtoehto on purkaa jo maahan  
asetettu pommi 40 sekunnin aikana. (Pelaajatcom n.d.)

### 3.4.3 Pelin kartat

CS:GO:ssa on erilaisia pelikenttiä, joita kutsutaan kartoiksi. Ennen pelin alkamista kilpailullisissa liigoissa ja turnauksissa joukkueet valitsevat vuorotellen seitsemästä aktiivisista kartoista yhden, jota eivät halua pelata. Sen jälkeen he valitsevat yhden haluamansa kartan. Esimerkiksi paras kolmesta systeemillä pelattavissa (BO3) -otteluissa kumpikin joukkue ensin poistaa (ban) yhden kartan, tämän jälkeen valitsevat (pick) yhden kartan, jonka jälkeen poistavat yhden kartan, ja jäljelle jääneestä kartasta tulee viimeisenä pelattu kartta (decider-map). Näin kaikki seitsemän aktiivista karttaa ovat joko "pudotettu" tai ne pelataan kyseisessä ottelussa. (Pelaajatcom n.d.)

## 3.5 CS:GO:n nykytila Suomessa

Kolmannen osapuolen tilastointipalvelun Leetify:n listauksessa Suomi on maailman kärjessä, kun mitataan pelin parhaalla taitotasolla olevien pelaajien määrää suhteutettuna maan pelaajien kokonaismäärään. Tieto perustuu yli seitsemän miljoonan yksittäisen pelaajan otantaan, jotka ovat käyttäneet Leetify:n tilastopalvelua. Listan mukaan suomalaisista pelaajista 4.32 % on pelin match-making-järjestelmän taitotasoista korkeimmalla mahdollisella tasolla (global elite). Toisena listalla on Ruotsi (2,73 %), ja kolmantena Viro (2,60 %). Pelaajakunnan keskimääräinen taso on siis suomalaisilla CS:GO:n pelaajilla parempi kuin muilla mailla. (Biazzi 2021.)

Suomen sijoitus CS:GO:n taitotasolistalla pelaajakunnan keskitason osalta ei kuitenkaan ole johtanut menestykseen maailman huipputasolla. Esimerkiksi Ranska ja Brasilia ovat listalla sijoilla kahdeksan ja kymmenen, mutta huipputasolla ranskalaiset ja brasilialaiset pelaajat ovat menestyneet ammattilaisturnauksissa huomattavasti suomalaisia paremmin. Yksikään suomalainen pelaaja tai organisaatio ei ole voittanut arvostettua Major-turnausta. Major-turnauksia pidetään ikään kuin pelin maailmanmestaruuskilpailuina, joissa on jaossa suuria rahapalkintoja. CS:GO-pelin kehittäjä Valve sponsoroi jokaisen "Majorin". Yksi

huomioitava seikka on Ruotsin erinomainen menestys Majoreilla. Ruotsin menestyneimpiin e-urheiluorganisaatioihin lukeutuvat Fnatic ja Ninjas in Pyjamas ovat voittaneet Majorit yhteensä neljästi ja keränneet viisi hopeasijaa. Ruotsalaisten joukkueiden menestyksen ajat sijoittuivat vuosille 2013–2015. (Liquipedia 2022.)

Menestyksettä eivät suomalaiset ole jääneet. Suomalaisen CS:GO:n toiseksi menestynein kokoonpano ylsi vuonna 2019 maailmanlistan toiselle sijalle. Kokoonpano pelasi suomalaisen ENCE:n organisaation alla ja koostui silloin suomalaispelaajista ja valmentajasta. (Nikkilä 2022.) Menestyksestään huolimatta joukkue hajosi erinäisten syiden seurauksena, ja ENCE:n kokoonpano on nykyisin valmentajaa lukuun ottamatta täysin ulkomaalainen.

## **4 Tavoitteet, tarkoitus ja tutkimuskysymykset**

Opinnäytetyömme tavoitteena on luoda kehittämissuhteita SEULin eSM-liigan katsojakokemukseen ja löytää vastaus siihen, miten e-urheilun katsoja sitoutetaan paremmin suoraan lähettykseen. Vastauksen saamiseksi tutkimme fanikulttuurin olemassaolon syitä ja sitä, miksi e-urheilun kuluttajat haluavat katsoa pelejä joko suoratoiston välityksellä tai LAN-tapahtumissa.

Ymmärtääksemme paremmin fanikulttuuria tutkimme ennen kaikkea sitä, mikä katsojia kiinnostaa niin live-lähettyksissä kuin tapahtumissa yleisellä tasolla. Syvennymme yleisen kannattamisen tutkimisen myötä e-urheilun ja CS:GO:n katsojien käyttäytymiseen, toiveisiin ja siihen, mitä katsojat kaipaavat eSM-liigalta tuotteena.

Työmme konkreettisenä tavoitteena on muodostaa eSM-liigalle kehittämissuhteita liigan katsojakokemuksen parantamisen näkökulmasta.

### **Pääkysymys**

Mitä toimenpiteitä tulisi tehdä, jotta eSM-liiga voisi parantaa katsojakokemusta?

## Alakysymykset

Miten suoratoistossa voi sitouttaa katsojia?

Minkälainen on eSM-liigan katsojaprofiili?

Mitkä ovat suomalaisen CS:GO-lajikulttuurin ominaispiirteet?

Mitä Suomen e-urheilussa voitaisiin tehdä paremmin?

## 5 Työtapa ja -menetelmät

Valitsimme opinnäytetyömme lähestymistavaksi tapaustutkimuksen. Tapaustutkimuksessa tutkittava kohde on esimerkki tai näyte jostakin laajemmasta asiasta tai ilmiöstä. Pyrkimyksenä on saada paljon syvällistä ja yksityiskohtaista tietoa jonkin suuremman kokonaisuuden ilmiöstä tai osasta. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2020, 52–55.)

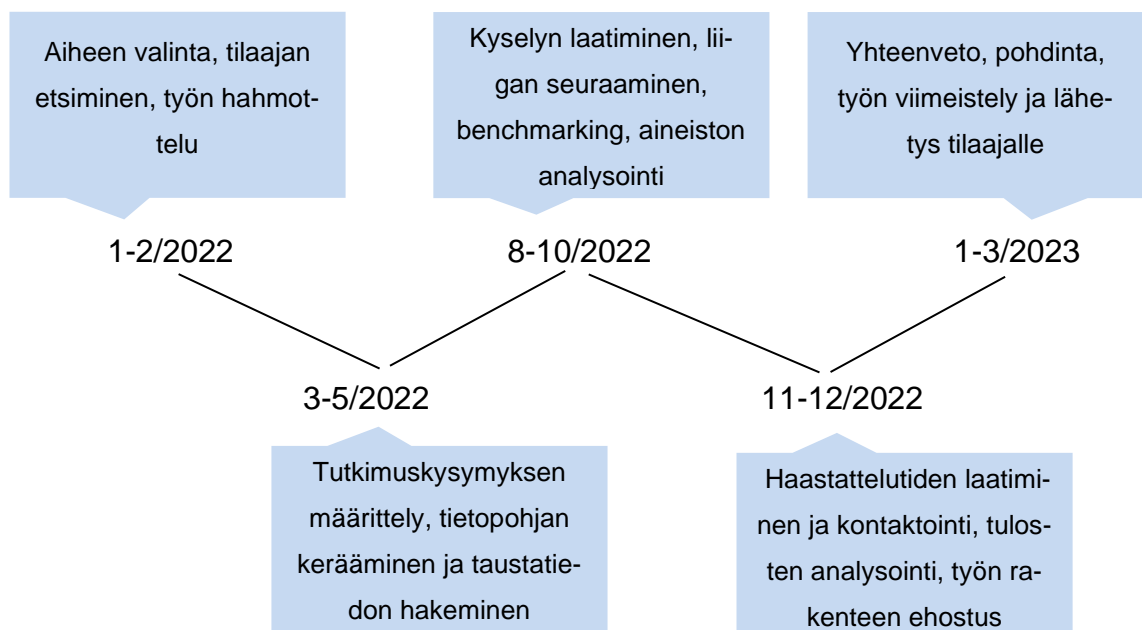
Tapaustutkimus soveltuu hyvin kehittämistyön lähestymistavaksi, sillä työmme tarkoituksena on kehittää liigan katsojakokemusta. Kehittämissuositusten ja ideoiden tuottaminen on tyypillistä tapaustutkimusmenetelmälle. Työmme tavoitteena on myös, että tuloksia ja kehityssuosituksia voidaan jatkossa soveltaa liiton (SEUL) ja kaupallisten toimijoiden e-urheilutuotannoissa. Osittain tuloksia voivat soveltaa myös aloittelevat striimaajat, jotka etsivät tapoja kanavansa katsojakunnan kasvattamiseen ja suosion ylläpitämiseen.

Tapaustutkimusta ei aloiteta tyhjästä, vaan se perustuu aiempaan tietoon, sen tutkimiseen ja oman lähestymisen vertaamista aiempaan kirjallisuuteen tutkittavasta kohteesta. Tyypillistä tapaustutkimukselle on, että se vastaa kysymyksiin ”miksi?” ja ”miten?”. Siksi on lähdettävä liikkeelle aiheeseen perehtymisestä, jotta voidaan ymmärtää, mitä siitä voi kysyä tai mikä todellinen kehittämistehtävä on. Etenemisprosessi vaiheittain on usein alustavan kehittämistehtävän perehtyminen käytännössä ja teoriassa, aineiston keruuta eri menetelmillä,

jonka jälkeen toivottuna tuloksena syntyy omat kehittämissuositukset tai mallit. (Ojasalo ym. 2020, 54.)

Tutkimustyömme kartoittaa mitä eSM-liigan katsojat haluaisivat liigalta tulevaisuudessa. Lisäksi tutkimme mitä vastaavat liigat tekevät hyvin sitouttaakseen katsojia. Tutkimusmenetelminä käytämme kyselytutkimusta, benchmarkingia ja haastatteluita. Kyselytutkimus kohdistuu eSM-liigan katsojiin, ja sen avulla selvitämme, millainen on liigan katsojaprofiili, mitä katsojat haluaisivat liigalta tulevaisuudessa ja miten he kokevat toteutuksen tällä hetkellä. Benchmarkingin avulla haluamme löytää kehitysehdotuksia vastaavilta liigatoteutuksilta ja e-urheilun kansainvälisten kärkitoimijoiden toimintamalleista. Haastattelut kohdistamme alan vaikuttajiin ja striimituotantojen ammattilaisiin. Haluamme heidän näkemyksensä siihen, mikä ihmisiä vetää puoleensa lähetyksissä ja miten he näkevät CS:GO:n nykytilan maassamme.

## 5.1 Tapaustudkimus prosessina



Kuvio 2. Opinnäytetyön vaiheet ja eteneminen



## 5.2 Menetelmät

Tavoitteenamme tämän aineiston avulla on löytää eSM-liigalle kehitysehdotuksia, joilla palvellaan katsojaa sekä liigaan osallistuvia tahoja. Kyselytutkimuksen avulla selvitimme liigan katsojaprofiilia ja sitä, mitä katsoja haluaa liigalta jatkossa. Benchmarking-osiossa selvitimme, kuinka e-urheilua tuetaan Suomea paremmin alalla menestyvissä maissa. Muita e-urheilutoimijoita tutkimalla selvitimme mitä elementtejä niiltä löytyy paremman katsojakokemuksen eteen. Haastattelemalla asiantuntijoita saimme vastauksia kaikkiin alakysymyksiimme. Tutkimuskysymyksiin vastataksemme käytämme alla kuvattuja menetelmiä ja perustelemme niiden valinnan.

Taulukko 1. Aineistomatriisi

| Alakysymys  | Menetelmä  |
|---|--|
| <b>Minkälainen on eSM-liigan katsojaprofiili?</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kyselytutkimus eSM-liigan katsojille</li> </ul>                                     |
| <b>Miten suoratoistossa voi sitouttaa katsojia?</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asiantuntijahaastattelut</li> <li>• Kyselytutkimus eSM-liigan katsojille</li> </ul> |
| <b>Mitkä ovat suomalaisen CS:GO-lajikulttuurin ominaispiirteet?</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asiantuntijahaastattelut</li> <li>• Benchmarking</li> </ul>                         |
| <b>Mitä Suomen e-urheilussa voitaisiin tehdä paremmin?</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Benchmarking</li> <li>• Asiantuntijahaastattelut</li> </ul>                         |

### 5.2.1 Kyselytutkimus

ESM-liigan katsojaprofiilin ja katsojien mieltymysten selvittämiseen valitsimme aineistonhankintamenetelmäksi kyselytutkimuksen. Yhteen eniten käytetyistä tiedonkeruun menetelmistä liittyy sekä etuja että heikkouksia. Kyselytutkimuksen keskeisenä etuna voidaan pitää sen nopeutta ja tehokkuutta. Numeroihin perustuvia tuloksia on helppo tilastoida sille tarkoitetuilla ohjelmistoilla. Kyselyn heikkouksiin lukeutuu saadun tiedon luotettavuus sen pinnallisuuden vuoksi. Kyselyn laatijan on mahdotonta arvioida vastaajien suhtautumisen vakavuutta ja sitä, miten tietoisia tai perehtyneitä vastaajat ovat tutkimuksen aiheesta. Kyselyn laatijalla on myös oltava tarpeeksi tietoa aiheesta, sillä ilman taustatietoa oikeanlaisten kysymysten laatiminen on lähes mahdotonta. (Ojasalo ym. 2020, 121.)

Kyselymme suunniteltiin eSM-liigan katsojille. Kyselymme suunnittelussa tärkeimpänä lähtökohtana oli laatia se niin, että eSM-liigan katsojien on helppo vastata kysymyksiin katsojakokemuksen näkökulmasta. Yksinkertaistimme kysymykset (Liite 1) siten, että nuorempikin kohderyhmä osaa vastata niihin. Kyselymme tarkoituksena on kartoittaa eSM-liigan katsojaprofiilia ja heidän katsoamisensa motiiveja. Kyselyn vastausten avulla vastaamme alakysymyksiimme siitä, minkälainen on eSM-liigan katsojaprofiili.

Kysely toteutettiin Google Forms -alustalla, jota myös tilaajamme käyttää muihin kyselytutkimuksiin. Kyselyn linkkiä jaettiin eSM-liigan pudotuspelivaiheen ottelulähetyksissä tammikuussa 2023. Kyselymme koostui yhdeksästä kysymyksestä. Laadimme kyselymme tietosuojalomakkeen Metropolian oman tietosuojaloma-ke pohjan avulla. Kyselyn lopussa pyydettiin rastittamaan kohta, jossa vastaaja vahvistaa lukeneensa tietosuojaselosteen ja antaa luvan tietojensa käsittelyyn tutkimuksessa.

Kahdessa kysymyksessä kysyttiin vastaajien taustatietoja (ikä ja sukupuoli). Syy iän kysymiselle oli, että tärkeimpien kysymysten vastauksissa pystyimme ottamaan huomioon vastaajien ikärakenteen. Lisäksi sukupuolikysymyksellä ja

osittain ikätiedolla halusimme vahvistaa, että e-urheilua katsovat erilaiset ihmiset. Näkemys videopelaajasta on yhteiskunnassamme stereotyyppisesti miespuolinen teini, joka on sosiaalisesti kiusaantunut tai eristynyt. (Bergström, Fisher & Jenson 2016, 234.) Kyselymme taustatietokysymyksillä halusimme kumota populaarikulttuurissa suhteellisen muuttumattomana pysynyttä mielikuvaa videopeliharrastajasta.

Viisi kysymystä tehtiin monivalintana, joihin vastaajat valitsivat yhden tai useamman vastausvaihtoehdon. Monivalintakysymyksissä kysyttiin muun muassa sitä, mitä vastaajat seuraavat eSM-liigan otteluissa (tiettyä pelaajaa/joukkuetta, pelejä yleensä välittämättä siitä mitkä joukkueet pelaavat). Lisäksi kyselyssä oli kaksi vapaamuotoista ja vapaaehtoista vastauskenttää, joissa pyydettiin antamaan palautetta eSM-liigan striimituotannolle ja kertomaan mitä odotuksia vastaajilla on tulevilta liigan kausilta.

### 5.2.2 Benchmarking

| <p><b>Benchmark 1</b><br/>Tanska e-urheilumaana</p>   | <p><b>Benchmark 2</b><br/>Apex Legends Global Series</p>   | <p><b>Benchmark 3</b><br/>Pelaajatcom</p>  |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanska on yksi maailman kärkimaista e-urheilussa, jonka menestys koostuu monista tekijöistä.</li> <li>• Kohteena Tanska sopii malliesimerkiksi hyvän e-urheilukulttuurin ja huippupelaajien tuotannon omaavana maana.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ALGS on Electronic Artsin ja Respawn Entertainmentin yhteistyössä järjestämä maailmanlaajuinen e-urheiluliiga Apex Legends –pelille.</li> <li>• ALGS on vertailukehittämisen kohde liigatoteutuksena eSM-liigalle.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelaajatcom on Suomen suurin e-urheilutoimija, jonka Twitch kanavan CS:GO -lähetystä katsoo keskimäärin 4200 katsojaa.</li> <li>• Pelaajatcomin ottelulähetyksen elementit toimivat vertailukehittämisen kohteena.</li> </ul> |

Kuva 5. Benchmark-kohteiden esittely

Toisena aineistonhankintamenetelmänä otimme käyttöömme benchmarkingin, koska halusimme vastauksia tutkimuskysymykseemme siitä, miten muut vas-

taavat liigat osallistavat ja sitouttavat katsojiaan. Tutkimme, miten Suomeen helposti vertautuva Tanska on onnistunut luomaan e-urheilusta kansallisen menestysalan. Tanskan ylivoima selittyy esimerkiksi valtiontason tuilla ja merkittävillä taloudellisilla panostuksilla alaan. Otimme vertailukehittämiseen mukaan myös suoratoistotuotantojen malliesimerkkejä ulkomailta ja kotimaasta. Apex Legends Global Series (ALGS) on tuotantona kokemuksemme mukaan erinomainen ja kotimaan vastaavaksi esimerkiksi valitsimme Suomen suurimman e-urheilutoimijan Pelaajatcomin ottelulähetyksen. Molemmat käyttävät suoratoistopalvelu Twitchiä alustanaan.

Benchmarking-menetelmä eli vertailukehittäminen tarkoittaa sananmukaisesti oman yrityksen toiminnan vertailua muiden yritysten toimintaan kehittämismielessä. Tarkoituksena on kyseenalaistaa omia toimintatapoja ja tutkia muiden käyttämiä menetelmiä löytääkseen mahdollisia epäkohtia ja soveltaa muiden käyttämiä tapoja itse. Vertailukehittäminen on hyväksi koettu tapa hyödyntää dataa, mielikuvia ja esimerkkejä ikään kuin esikuvilta oppien, jotta oman yrityksen toiminta olisi alalla mahdollisimman hyvää. Kopioinnista ei ole kyse, vaan muilta opitun toiminnan hyödyntämisestä sen sallimissa rajoissa. (Ojasalo ym. 2015, 186.)

### 5.2.3 E-urheiluselostajien ja -vaikuttajien haastattelut

Haastattelimme Elisa Esportsin Roope "RobuJohnson" Leppästä, Pelaajat.comin selostajaa Arttu "Olvari" Hämäläistä sekä vuoden 2022 pelikasvattajaksi palkittua CS:GO-selostaja Laura "lapa" Kyntäjää. Halusimme heidän avullansa ymmärtää paremmin suomalaisen CS:GO-kulttuurin tilaa ja saada vastauksia siihen, mitä katsojat haluavat lajin striimituotannolta.

Haastattelu on joustava tutkimusmenetelmä ja se soveltuu erilaisiin tutkimustarkoituksiin. Tutkimushaastattelun tavoite on tuottaa tietoa ja aineistoa tutkimusongelmaan vastaamiseksi. Tämä tuottaa erityisen suhteen haastattelijan ja haastateltavan välille. Tutkimuskysymyksiä ei kuitenkaan koskaan kysytä sellaisinaan haastateltavilta. Tutkimuskysymyksiin vastaaminen on aina tutkimuksen

tekijän tehtävä ja tämän mahdollistamiseksi haastatteluja juuri kerätään. (Ojasalo ym. 2015, 106-108.)

### 5.3 Oma roolimme aineistonhankinnassa

Oma roolimme aineistonhankinnassa ja sen analysoinnissa on ollut merkittävä ja aktiivinen. Kyselytutkimus on meidän itse luomamme kokonaisuus katsoja-profiilin selvittämiseen, ja siihen sisältyi vaikeuksia matkan varrella. Vastauksien määrä jäi hieman tavoitteen alle, mutta saimme lopulta riittävän määrän vastauksia verrattain pieneltä yleisöltä eSM-liigan live-lähetyksissä jaetun kyselylinkin kautta. Panostimme rahallisesti kyselyyn itse lahjakorttiarvonnan muodossa, jotta saimme houkutelua mahdollisimman monia vastaamaan siihen.

Benchmarkingin kohteet valitsimme sen perusteella, mitkä itse koimme tutkimuskysymystemme kannalta parhaiksi. Jaoimme kohteet sen mukaan, mistä kummallakin tekijällä oli enemmän valmista tietoa ja sitä kautta enemmän mahdollisuuksia löytää olennaisimpia lähteitä.

Haastattelut hoidimme itse sosiaalisen median ja sähköpostien kautta nopealla aikataululla. Pohdimme, ketkä alan toimijat olisivat parhaita mahdollisia haastateltavia työtämme varten ja saimme haluamamme henkilöt mukaan. Aineistonhankintamme on keskittynyt hahmottamaan alan kokonaisuuksia siitä, miten e-urheilu toimii katsojan näkökulmasta ja mitä se vielä tarvitsee. Työmme tähtää yleismaailmallisesti e-urheilun katsojakokemuksen ja striimituotannon kehittämiseen, jota on käsitelty pääosin eSM-liigan kautta.

## 6 Tulokset

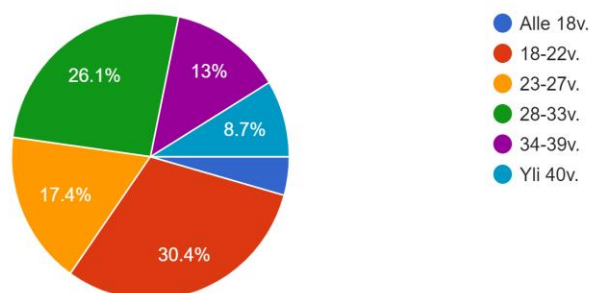
Tässä luvussa esittelemme työmme tuloksia vastaamalla tutkimuskysymyksiimme hankitun aineiston perusteella. Kyselytutkimuksen avulla toiveenamme oli selvittää, millainen on eSM-liigan katsoja ja miten he kokevat liigan kilpailullisen tason ja striimituotannon laadun katsojan näkökulmasta.

Otimme käyttöömme benchmarkingin, koska halusimme selvittää, mitä elementtejä muiden liigojen katsomiskokemukseen liittyy ja miten ne sitouttavat katsojiin. Apex Legends Global Seriesin (ALGS) ja Pelaajat.comin lähetyksiä katsomalla selvitimme, miten tekniset ratkaisut, viihdearvo ja yhteisöllisyys näkyvät heidän tuotannoissaan. Valitsimme kohteet omien kokemusiemme perusteella, sillä nämä toimijat olivat meille ennestään tuttuja. Pidämme niiden tuotannollisia tekijöitä toimivina, kuten esimerkiksi ALGS:n tarjoamaa mahdollisuutta katsoa eri pelaajien näkökulmasta otteluita ja Pelaajat.comin viihteellistä selostustyyliä ja tapaa keskustella katsojien kanssa. Halusimme tietää myös, miten Tanska on onnistunut luomaan e-urheilusta kansallisen menestysalan. Tanska valikoitui vertailukohteeksi, koska se on pohjoismainen naapurimme, väkiluvultaan samankokoinen ja kuten Suomessa, puolet sen väestöstä pelaa videopelejä. Tanska on onnistunut luomaan vahvan kulttuurin ja infrastruktuurin pelaamisen ympärille. HLTV-rankingin, eli virallisen maailmanrankingin, parhaan 30 joukkueen pelaajista 20 pelaajaa on tanskalaisia ja 41% kaikista CS:GO:n tuloista on tanskalaisten tienaamaa. (Esportearnings; Elliott 2021.)

## 6.1 Kyselytutkimus

Kyselyymme tuli yhteensä 23 vastausta. Vastaajista 18 oli miehiä ja naisia viisi. Vastaajien ikäjakauma näkyy alla olevasta kuviosta.

Minkä ikäinen olet?  
23 responses

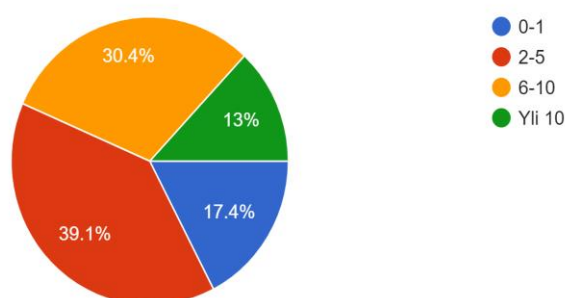


Kuvio 3. Minkä ikäinen olet?

### 6.1.1 Vastaajien katseluaktiivisuus

Yhdessä kysymyksessä pyydettiin vastaajilta katsottujen eSM-liigan otteluiden määrää. Vastauksissa oli odotetun verran hajontaa ja uskoimme ennen kyselyn jakamista, että suurin osa on katsonut muutaman ottelun kahden ja kymmenen väliltä. ESM-liigan toinen kausi pelattiin 3.9.2022–15.1.2023.

Kuinka monta eSM-liigan ottelua olet katsonut tällä kaudella? (Suunnilleen)  
23 responses



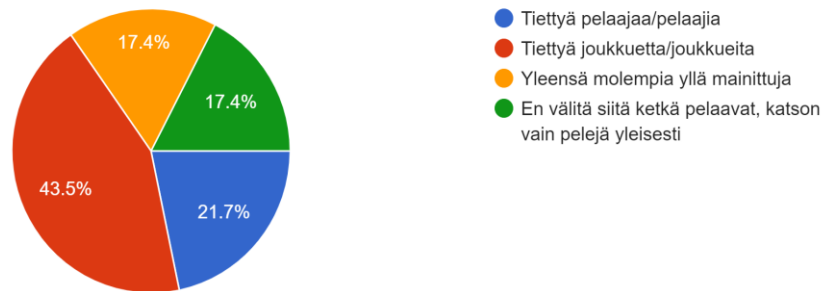
Kuvio 4. Kuinka monta eSM-liigan ottelua olet katsonut tällä kaudella?

### 6.1.2 Syyt eSM-liigan katsomiselle

Tämä kysymys oli rastitettavista kysymyksistä mielestämme mielenkiintoisin ja tärkein. Kysymyksen avulla halusimme tietää, miksi vastaajat katsovat liigan otteluita. Tietyn joukkueen seuraaminen nousi melko selväksi suosikiksi, kun vastaajista kymmenen valitsi ko. vaihtoehdon. Muissa vastausvaihtoehdoissa vastausten lukumäärä oli neljän ja viiden väliltä.

Mitä seuraat eniten, kun katsot eSM-liigan ottelua?

23 responses



Kuvio 5. Kuinka monta eSM-liigan ottelua olet katsonut tällä kaudella?

### 6.1.3 Katsojat pelaajina

Viimeisessä rastitettavassa kysymyksessä ilmeni, että yli puolet vastaajista (12) pelaavat myös itse CS:GO-peliä aktiivisesti useita kertoja viikossa. Yhdeksän vastaajaa ilmoitti pelaavansa satunnaisesti tai harvoin. Kaksi vastaajista ei ollut koskaan pelannut itse.

Pelaatko itse CS:GO:ta?

23 responses



Kuvio 6. Kuinka monta eSM-liigan ottelua olet katsonut tällä kaudella?

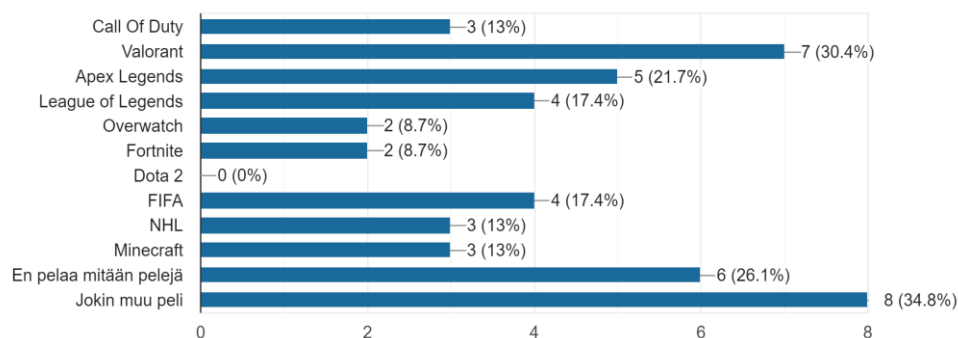


### 6.1.4 Mitä muita pelejä eSM-liigan katsojat pelaavat?

Tässä monivalintakysymyksessä halusimme kartoittaa, miten laajasti vastaajat pelaavat muita pelejä tai pelaavatko ylipäätään mitään. Vaihtoehdot pohjautuivat meidän itse pelaamiin/tuntemiin peleihin, jotka tulivat kyselyn laatimishetkellä mieleen.

Pelaatko muita pelejä? (voit valita useamman kuin yhden vaihtoehdon)

23 responses



Kuvio 7. Pelaatko muita pelejä?

### 6.1.5 Palautetta ja odotuksia eSM-liigalle

Kaksi viimeistä kysymystä olivat vapaaehtoisia vastaajille. Niissä pyydettiin antamaan vapaamuotoisesti palautetta liigan striimituotannolle ja kertomaan tulevien kausien odotuksista. Vapaaehtoisten vastausten määrä oli yllättävän hyvä. Odotuksiin liittyvään kysymykseen vastauksia tuli 15, kun taas palautteeseen 12. Vastauksien perusteella liigan katsojat ovat pitäneet näkemästään ja osa vastauksista oli lyhyen ytimekkäitä kehuja tekemisen tasosta ja mielekkäistä. Myös muutama pidempi vastaus oli annettu.

“Oon tykännyt toistaseks about kaikesta.” (Vastaus 1, kysymys 9)

“Selostajat ovat aina hyvät, jatkakaa samaan malliin!” (Vastaus 2, kysymys 9)

“Enempi syväluotaavia joukkue- ja pelaajaesittelyitä, taustaorganisaatioiden palveluiden esittelyitä ns. isommalle yleisölle ja potentiaalisille sponsoreille. Pelaajahaastattelut olleet hyviä ja niitä lisää, enempi urheilun tuntua ja fiilistelyä, mikä fiilis joukkueissa, mitkä odotukset jne.” (Vastaus 1, kysymys 8)

“Jatkuvaa tason nostoa joukkueilta otteluissa. Tämä liiga on erinomainen nuoria pelaajia ja joukkueita kehittävä tuote. Samoin divarilla. Juuri tällaista Suomen CSGO-skene tarvitsi.” (Vastaus 2, kysymys 8)

Yksi kommentista nousi esiin erityisen mielenkiintoisena. Siinä katsoja mainitsi olevansa kiinnostunut osallistumaan itse pelaajana liigaan.

“Odotan kilpailullisia kausia, johon mukava osallistua myös pelaajana.” (Vastaus 3, kysymys 8)

Kyseisen vastauksen perusteella liiga voisi mielestämme keskittyä myös olemaan houkutteleva ponnahduslauta nuorille pelaajille, joilla on tavoitteita lajin parissa.

Odotuksia koskevaan kysymykseen tulleista vastauksista ilmeni mielenkiintoisia toiveita muun muassa joukkueisiin, liigajärjestelmään ja tarinoihin liittyen. Seuraavat huomiot/toiveet löytyivät vastauksista useammin kuin kerran:

- Suomen parhaat joukkueet mukaan liigaan
- Uusia pelaajia ja joukkueita lisää
- Katsojamäärät voisivat olla korkeammat
- Tarinoita/haastatteluja enemmän pelaajista ja joukkueista
- Selostajat ovat olleet hyviä

## 6.2 Benchmarking

Benchmarkingin avulla halusimme selvittää, mihin tekijöihin menestyvä e-urheilu perustuu. Valitsimme kohdemaaksi Tanskan tutkittuamme eri maiden e-urheilukulttuureita ja huippupelaajien kansallisuuksia. Lisäksi muita e-urheiluliigoja tutkimalla selvitimme, mitä elementtejä niiltä löytyy paremman katsojakokemuksen eteen. Osion avulla vastaamme kysymyksiin, mitä Suomessa voitaisiin tehdä toisin, jotta meidän e-urheilukulttuurimme olisi parempi ja miten suoratoistossa voi sitouttaa katsojia. Benchmarkingin kohteet ovat eriteltty omiksi alaluvuiksi.

### 6.2.1 Tanska e-urheilun jättiläisenä

Tanskalla on vahva historia e-urheilussa. Se on ollut ja on edelleen yksi maailman parhaista e-urheilumaista. Halusimme selvittää syitä sille, miksi Tanskan e-urheilu on muun muassa Suomea paljon edellä. Tanskalla on suuri osuus alan kehityksessä jo 2000-luvun alusta asti. Muihin maihin verrattuna Tanskan yhtenä etuna voidaan pitää valtion tason tukea e-urheilualalle, joka on osaltaan kasvattanut tanskalaista e-urheilukulttuuria ja kansan suhtautumista sitä kohtaan. (Esports Insider 2022.)

Tanskan aikainen panostus digitaaliseen infrastruktuuriin on yksi e-urheilunkin kehittymisen kulmakivistä. Tanskassa pelaaminen ylipäättään ja e-urheilu on äärimmäisen suosittua. Vuoden 2018 tilastoraportissa Tanskan kulttuuritottumustutkimuksista selviää, että yli 16-vuotiaista tanskalaisista 52 % miehistä sekä 50 % naisista pelaa videopelejä. Neljäsosa Tanskan kansalaisista pelaa joko päivittäin tai lähes päivittäin (Esports Insider 2022).

Vuonna 2022 Tanskan menestyneimpiin e-urheiluorganisaatioihin lukeutuva Astralis teki yhteistyötä Tanskan teollisuusliiton kanssa tukeakseen alan kehittämistä. Vuonna 2018 Blast Pro Series Copenhagen –turnauksessa lavapuhetta nousi pitämään Tanskan silloinen pääministeri Lars Løkke Rasmussen. Puheellaan Rasmussen osoitti sekä henkilökohtaista että valtion tason arvostusta e-ur-

heilua kohtaan. Rasmussen oli tätä aiemmin kuvaillut Astralis-joukkueen pelaajia roolimalleiksi. Tanska on yksi harvoista maista, joka tukee e-urheilua aidosti merkittävin panostuksin. Se on ensimmäinen maa, joka laati tarkan kehitysstrategian e-urheilulle. Tarkemmin strategialla tarkoitetaan ruohonjuuritason liiketoimintamahdollisuuksien lisäämistä tanskan e-urheilussa. Ensimmäinen laatuaan oleva strategia pyrkii e-urheilun edistämisen ohella myös integroimaan sitä perinteiseen urheiluun. (Lace 2019.)

E-urheilu on nopeasti kehittyvä ala niin urheilullisesti kuin taloudellistikin. On varmistettava, että sille luodaan hyvät puitteet, kuten Tanskan kulttuuriministeri Mette Bock strategiassa linjaa. Lisäksi kulttuuriministeriö järjesti keskustelupaneelin, jossa tärkeimmät puheenaiheet olivat selkeitä alan kehittämiseen liittyviä aiheita, kuten kestävien rakenteiden luominen, kansallisen lahjakkuuden kehittäminen, yhteisen vision luominen rehellisestä ja terveellisestä pelaamisen ilmapiiiristä, naisten ja tyttöjen osallisuuden kasvattaminen e-urheilussa ja miten luoda hyvät kaupalliset mahdollisuudet e-urheilun yrittäjyyden ja työllistämisen kannalta. (Lace 2022.)

Tanskassa e-urheilun potentiaali nähdään paremmin ja sitä osataan hyödyntää suurena alan yhteisönä paremmin kuin muissa maissa. Valtio ottaa alan vakavissaan haluaa auttaa sitä kasvamaan, kuten mitä tahansa kasvavaa alaa. Peliala työllistää Tanskassa tuoreimman datan mukaan lähes 1000 ihmistä täyspäiväisesti. Tanska haluaa olla maailman johtava e-urheilumaa. Se on ollut yhtenä edellytyksenä kaikelle edellä mainituille tekijöille. Tanska näkee e-urheilun ruohonjuuritasolla samalla tavalla kuin perinteisen urheilun lajit. Tämä on johtanut esimerkiksi tanskalaisten e-urheiluyhdistysten vapauttamiseen arvonnäköalasta vuonna 2020. (Esports Insider 2022.) Jos Tanskan toimintaa verrataan Suomeen, voidaan suurimpana erona nähdä yhdessä tekemisen merkityksen. Kotimaassamme ei olla tehty tarpeeksi yhdessä, vaan kilpaillaan liikaa yksittäisten toimijoiden välillä, mikä osaltaan rasittaa alan kehitystä kansallisesti. Tärkein lähde Tanskan e-urheilua tarkastellessa oli Esports Insider, joka on johtava e-urheilun bisnesmedia ja tapahtumatuotantoyhtiö. Käytimme kahta eri julkaisua

kyseiseltä sivustolta, joista Tanskan e-urheilukulttuurin menestystekijöitä esitään lukuina konkreettisesti.

### 6.2.2 Tanskan CS:GO

Tanska on kiistatta maailman kärkimaa CS:GO:ssa. Edellä mainitut seikat tanskalaisesta e-urheilukulttuurista ovat olleet vaikuttavia tekijöitä maan menestyksessä. Tanskan väkiluku on noin 5,9 miljoonaa, vain hieman Suomea korkeampi, mutta sillä on tällä hetkellä huomattavasti enemmän pelaajia niin sanotulla tier 1 –tasolla, jolla tarkoitetaan lajin muutamaa kymmentä parasta joukkuetta. Esimerkiksi arvostetun CS:GO-uutis- ja tilastosivun HLTV:n listalla tämän hetken kolmenkymmenen parhaan joukkueen kokoonpanoissa pelaa yhteensä 19 tanskalaista pelaajaa. (HLTV 2023.) Ninjas in Pyjamas –joukkueen pelinsisäinen johtaja Aleks Virolainen kantaa yksin suomalaisen tier 1 CS:GO:n viittoa harteillaan. Muita suomalaispelaajia ei tällä hetkellä löydy maailman kärkijoukkueista.

Tanska tuottaa huippupelaajia edelleen, vaikka menestys huipulla on ollut laskusuhdanteessa. Suurin syy sille on Tanskan suurimman organisaation Astralixin putoaminen kärkisijoilta usean vuoden totaalisen dominoinnin jälkeen. Astralis voitti vuosina 2017–2019 neljä Major-turnausta, joista kolme tuli peräkkäisissä Majoreissa. Astralixin kokoonpano pysyi pitkään samana ja oli pitkään voittamaton, mutta ajan myötä sen menestys alkoi hiipua ja osa pelaajista jätti organisaation lähtien eri suuntiin.

Astralixin ylivoima jakoi luonnollisesti mielipiteitä niin katsojien kuin lajitoimijoidenkin parissa. Menestysvuosien aikana lähes voittamaton joukkue näyttäytyi lajia heikentävänä tekijänä, sillä fanit halusivat nähdä yllätyksiä ja vaihtelua maailman huipulla. Astralixin menestyksen loputtua ja muutaman joukkueen hetkittäisen dominoinnin jälkeen joukkueiden erot ovat kaventuneet huomattavasti. Tämän vuoden sisällä on nähty yllätyksiä pudotuspelivaiheessa, eikä mikään joukkue ole ollut vahvan ennakkosuosikin asemassa isoissa turnauksissa. Lajin sisällä tunnettu selostaja ja analyttikko Mohan “launders” Govindasamy

kertoi olevansa huolissaan CS:GO:n eliittitason tasaisuudesta. Hänen mukaansa laji tarvitsee Astraliksien menestysjoukkueen kaltaista vetonaulaa, joka on muita edellä. Govindasamy perusteli lausuntoaan sanomalla, että Astraliksien aikakaudella hienointa oli nähdä muiden joukkueiden tekevän kovasti töitä tullakseen yhtä hyväksi kuin Astralis. Myös joukkueiden liiallisen tasaisuuden Govindasamy näkee hämmentävänä ilmiönä niin pelaajille kuin katsojillekin. (Blast Premier 2022.)

Tanskan toiseksi suurin CS:GO joukkue Heroic on myös osaltaan vahvistanut maan lajimenestystä. Lokakuussa 2020 Heroic nousi maailmanlistalla ensimmäiselle sijalle marginaalisella erotuksella Astraliksien, joka piti listan toista sijaa. Heroic onnistui nousemaan jälleen listan kärkeen sijoittumalla toiseksi IEM Rio Major 2022 turnauksessa ja heti perään voittamalla Blast Premier Fall-turnauksen. Lähiaikojen menestyksen vuoksi Heroic on palauttanut tanskalaisen CS:n takaisin maailman kärkisijoille. Näiden täysin tanskalaisten joukkueiden lisäksi useissa kansainvälisissä joukkueista löytyy useita tanskalaispelaajia. Esimerkiksi suomalaisorganisaatio Encen nykyisen kokoonpanon pelinsisäinen johtaja Marco "Snappi" Pfeiffer on tanskalainen. (HLTV 2022.)

Täysin kritiikittä ei tanskalainen CS:GO kuitenkaan ole jäänyt menestyksestä ja lukuisista huippupelaajista huolimatta. Marraskuussa 2022 FaZe:n tanskalaiskapteeni Finn "karrigan" Andersen totesi Blix:n haastattelussa, että Astraliksella ja Heroicilla on monopoliasema Tanskan CS-kentällä. Andersenin mukaan Tanskassa on vaikea rakentaa uusia täysin tanskalaispelaajista koostuvia menestyviä kokoonpanoja pitkällä tähtäimellä, sillä parhaat pelaajat vievät joko Astraliksien, Heroiciin tai kansainvälisiin huippujoukkueisiin. Syynä on vaikutusvalta, jossa määrää raha. Pienemmät organisaatiot hyötyvät enemmän kärkipeleiden myynnistä, joiden sopimukset usein sisältävät suuren siirtosumman. (Nilsson Meier 2022.)

Yhteenvedona Tanskan CS:GO elää ja hengittää hyvin sen pitkäaikaisen menestyksen johdosta. Vaikka kärkijoukkueissa tapahtuu vaihtuvuutta, niin tanska-

laisia pelaajia tuntuu löytyvän kansainvälisistä huippujoukkueista vuodesta toiseen. Tanskassa ei siis menestytäkään ainoastaan kansallisten joukkueiden voimin, vaan yksittäisille pelaajille on kysyntää myös muualla. Näkemyksemme mukaan tämän yhtenä juurisyynä on tanskalainen e-urheilukulttuuri, joka toimivuutensa vuoksi jalostaa lahjakkaista pelaajista huippuammattilaisia.

### 6.2.3 Tanska muissa peleissä ja e-urheilutapahtumien järjestäjänä

Tanskan menestystarinat eivät jää menestyviin joukkueisiin ja urheilijoihin, vaan sen e-urheilukenttä on kunnostautunut myös e-urheilutapahtumien ja -liigojen järjestäjänä. Valorantin ja CS:GO:n turnausten finaalit järjestettiin 2022 Kööpenhaminassa. Valorant Copenhagen Masters 2022 oli pelin ensimmäinen LAN-turnaus, jossa oli yleisö paikalla. Turnauksen finaaleita seurasi Twitchin ja Youtuben lähetyksissä yli 200 000 katsojaa ja Forum Copenhagen -stadion oli loppuunmyyty. (Appleford 2022.) Tanskalaisen mediayritys BLASTin omistama Blast Premier -liigan Fall Finals pelattiin myös Kööpenhaminassa marraskuun 2022 lopulla. Blast Premier on suurimpia CS:GO:n vakituisesti pyöriä ammattilaissarjoja. Liigan taustayrityksenä toimiva BLAST toimi entisellä nimellään RFRSH usean e-urheilujoukkueen omistajana ja markkinointistrategioiden tuottajana. Yritys päätyi ennen nimenvaihdostaan 2019 myymään joukkueensa ja keskittymään täysin liigatoimintaan. (HLTV 2019.) Blast Premier sai alkunsa vuonna 2020 ja se järjestetään kaksi kertaa vuodessa kevät- ja syyskausina, jotka huipentuvat World Finals -turnaukseen. Sarjan keskiarvoinen otteluiden katsojamäärä ylittää 50 000 ihmistä kansainvälisesti ja sen turnauspalkkiot liikkuvat sadoista tuhansista dollareista miljoonaan. (Steamcharts 2022.)

Tanskalainen Dota 2 -ammattilainen Johan "N0tail" Sundstein on maailman eniten tienannut e-urheilija (Esports Earnings 2023). N0tailin suurin menestys tuli OG:n joukkueessa, jossa hän voitti suomalaisten Topias "Topson" Taavitsaisen ja Jesse "JerAx" Vainikan kanssa kaksi The International –turnausta vuosina 2018 ja 2019 (Liquipedia 2023). Apex Legends -pelissä Tanska on tuottanut myös lahjakkaita e-urheilijoita, kuten Kansas City Pioneersin pelinsisäisen johta-

jan Casper "Gnaske" Præstensgaardin, Alliancea tällä hetkellä edustavan Mikkel "Mande" Hestbekin ja Yhdysvaltoihin e-urheilun takia muuttaneen Nicholas "diffq" Espersenin. (Liquipedia 2022.)

#### 6.2.4 Apex Legends Global Series (ALGS)

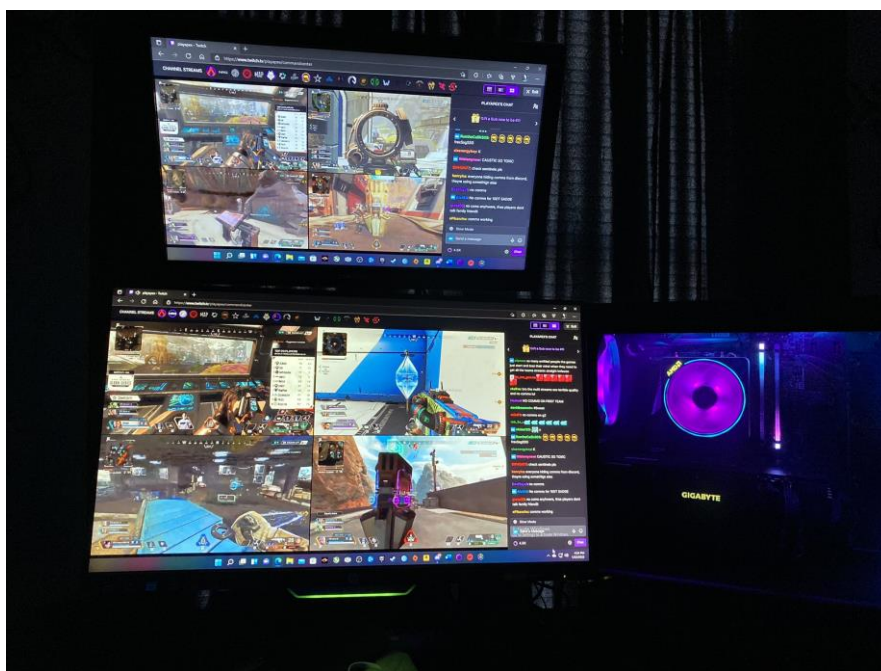
Apex Legends Global Series on Electronic Artsin ja Respawn Entertainmentin yhteistyössä järjestämä maailmanlaajuinen e-urheiluliiga Apex Legends -pelille. Apex Legends on ilmainen Battle Royale FPS-peli, joka julkaistiin vuonna 2019 ja se on jatkoa maineikkaalle Titanfall-pelisarjalle. Apex Legends Global Seriesiä on pelattu kaksi kautta ja sarjan kolmas kausi käynnistyi syyskuussa 2022. ALGS:n pääsarja Pro League koostuu 30 joukkueesta jokaiselta viideltä maa-alueelta, joista 22 joukkuetta on saanut kutsun ja kahdeksan joukkuetta pelaa itsensä sisään challenger circuit -turnauksen kautta. (Liquipedia 2023.)

Sarja on kasvanut lajinsa mukana maailmanlaajuisesti nopeaa tahtia. ALGS:n toista kautta seurasi aluksi noin 10 000 ihmistä Pohjois-Amerikassa ja Euroopassa, mutta kauden pudotuspelien alkaessa katsojalukemat kävivät jo lähes 700 000 silmäparissa maailmanlaajuisesti ja se rikkoi katsojaennätyksiä kaikkien Electronic Arts -pelitalon julkaisujen kesken. (Pather 2022.) Tämä on siitä poikkeuksellista, että Electronic Arts on julkaissut maailman suosituimpia ja seuratuimpia urheilupelisarjoja kuten FIFA ja NHL. Vuonna 2022 sarja tuplasi katsojaluvut ja ylitti jo 600 000 ihmisen katsojamäärän samaan aikaan (Esports Charts n.d). Suomea ALGS-turnauksissa on edustanut esimerkiksi Lauri "Kouhia" Kouhi Natus Vinceren kokoonpanossa ja Niko "ZeroNothing" Suominen Horizon Unionin pelaajana. (Liquipedia 2022.)

ALGS:n Twitch-striimissä turnausta on mahdollista katsoa päälähetyksen tai Twitch Command Centerin kautta. Päälähetys on perinteinen e-urheilulähetys selostajien, kommentaattoreiden, uusintojen ja chatin kera. Command Centeristä taas voi valita seuraako karttaa, josta näkyy kaikkien joukkueiden liikkeit vai poimiiko yksittäisen joukkueen tai pelaajan näkökulman. Command Center helpottaa myös EA:n ulkopuolisten kisakatsomoiden striimitoteutuksia, joita



päälähetyksen ohella seuraa useita tuhansia ihmisiä Twitchissä. Kuvassa 6 on nähtävillä, kuinka Command Center mahdollistaa pelin jakamisen myös Multi-view-toimintoon, jolloin katsoja voi seurata useampaa eri joukkuetta samaan aikaan. Kisakatsomot voivat näin toimia suoraan lähetyksen ohjaajana ja he voivat valita tietyt pelaajat, joita seurata. Command Centeristä saa erillisten pelaajien näkökulmien lisäksi myös joukkueiden pelin sisäisen viestinnän käyttöön. Tämä antaa monesta muusta e-urheilun lajista poikkeuksellisen tavan kannattajalle seurata omaa joukkuettaan. (Sledge 2022.)



Kuva 6. Fanin ottama kuva, jossa auki kaksi ALGS Command Centeriä. Kuva: @Intellectvsigno / Twitter 2022

Apex Legends -yhteisön suosituimpien striimaajien, kuten Timothy "iiTzTimmy" Anin, Jack "NiceWigg" Martinin ja Dalton "Daltoosh" Hesterin omat Twitch-kisakatsomot kilpailevat jopa päälähetyksen kanssa katsojamääristä. Sarja on kutsunut pelin suosituimpia sisällöntuottajia, kuten edellä mainitun yhdysvaltalaisen Jack "NiceWigg" Martinin ja kanadalaisen Laurice "GuhRL" Habibin tekemään sarjan päälähetystä selostajina ja kommentaattoreina. (ALGS 2021.) ALGS:n mukana Apex Legends on lisännyt pelin sisäiseen kauppaan liigaa pelaavien joukkueiden digitaalisia fanituotteita, joita ostamalla fanit voivat osoittaa kannatustaan omilla pelaajatileillään. (ALGS 2022.)

### 6.2.5 Toimivan ottelulähetyksen elementit (Pelaajat.com)

Yhdeksi vertailukohteeksi halusimme katsoa yhden ottelun Pelaajat.comin ottelulähetyksestä, josta löytäisimme esimerkkejä hyvistä toimintamalleista suorien lähetysten läpivientiin. Pelaajat.com on Suomen suurin e-urheilutoimija ja e-urheilumedia, joka on onnistunut luomaan vahvan yhteisön ympärilleen sitouttamalla katsojiaan. Pelaajat.comin Twitch-kanavalla on yli 86 000 seuraajaa. CS:GO-lähetyksissä katsojien keskiarvo on yli 1200 samanaikaista katsojaa. (Twitchtracker 2023.) Pelaajat.comin Twitch-kanavan lähetyksissä toistuu tiettyjä elementtejä, joita katsoja osaa odottaa avatessaan lähetyksen.

Esimerkkinä valitsimme Pelaajat.comin järjestämän Pelaajat.com Series Spring Finals -turnauksen suoran lähetyksen, josta katsoimme sen ensimmäisen ottelun. Ottelu striimattiin 12. maaliskuuta 2023, ja siinä kohtasivat suomalaisjoukkueet Enhached ja Conquer. Poimimme lähetyksestä elementtejä, jotka ovat tärkeitä katsojakokemuksen kannalta niin tietopohjamme kuin omien kokemusiemme mukaan.

Lähetyksen alku alkaa noin puoli tuntia ennen ottelun alkua. Käytäntö on yleinen tapa Twitch-alustalla, ja sen tarkoituksena on antaa katsojille tietoa lähetyksen alkamisesta ja aikaa kokoontua ruudun ääreen seuraamaan lähetystä hyvissä ajoin ennen varsinaisen sisällön alkamista. (Grayson 2023.) Ensimmäisen puolen tunnin aikana Pelaajat.comin toistuvana elementtinä lähetyksen alkamisnäytöllä soi tuttu soittolista "Olvarin parhaat by GENELEC", joka koostuu suomalaisesta iskelmämusiikista. Pelaajat.comin tunnettu selostaja on luonut soittolistan omien sanojensa mukaan erottuvana tekijänä muista e-urheilumedioista, joille tyypillinen lähetysten musiikkigenre on elektroninen tanssimusiikki. Kuten tietopohjamme katsojan sitouttamisen tekijöistä kertovassa kappaleessa mainitaan, erottamalla muista valitsemalla rohkeasti oman tyylin voi sitouttaa katsojiaan paremmin. (Heller n.d.) Hämäläinen kertoo Urheilucast-podcastin vierailussaan haluavansa Pelaajat.comin olevan erilainen ja erottuva, minkä vuoksi lähetyksissä soiva musiikki on muista poikkeavaa. (Seppänen 2021.) Taustamusiikin

ohella ruudulla näkyy pelattavan turnauksen kaavio, josta näkee jäljellä olevat joukkueet ja ottelut.

Alkamisnäytön jälkeen lähetyksen ohjelma pyörähtää käyntiin Pelaajat.comin yhteistyökumppaneiden mainoksilla. Mainosten sisältö, kuten esimerkiksi pelaamiseen liittyvien välineiden mainokset, on pääosin kohdennettu lähetyksen yleisölle. Lähetys alkaa studio-osuudella, jossa selostaja Hämäläinen ja vierailevan kommentaattorin roolissa oleva suomalaispelaaja Petteri "Peku" Jaakkola esittelee tulevan ottelun panokset. Esittelyosiossa on tärkeä ottaa katsoja mukaan esittelemällä turnauksen ja ottelun panokset ja luomalla jännittävän ottelun tunnelmaa kertomalla esimerkiksi siitä, mistä pelataan ja mitä selostajapari odottaa ottelulta. Ennakossa selostajapari esittelee pelaavien joukkueiden kokoonpanot ja tekee yksittäisiä pelaajanostoja.

Pelin aikana lähetyksessä nousee vahvasti huumori, joka on myös Pelaajat.comin heiniä. Selostajien tyyli on totuttua vapaampaa verrattuna esimerkiksi perinteisen urheilun selostamiseen, jossa puheen on oltava asiapitoista ja informatiivista jatkuvasti. Huumorilla ja vähemmän vakavalla tyyllillä Pelaajat.com on onnistunut luomaan imagon, joka sitouttaa katsojia hyvin. Omien kokemuksiemme mukaan e-urheiluun sopii huumori, jota kuitenkin täydentää useimmiten asiantuntijan roolissa oleva kommentaattori analyttisemmalla sisällöllä. Huumorissa tärkeä aspekti on ajankohtainen kohderyhmälle suunnattu sisältö, jonka katsoja ymmärtää ja johon tämä pystyy samastumaan. Ajankohtaisen ja relevantin tyylin käytössä Pelaajat.com onnistuu lähetyksissään erinomaisesti.

Pelaajat.comin lähetyksissä visuaaliset elementit ovat hyviä. Esimerkiksi lähetyksen "heads-up display" (HUD) (suomeksi heijastusnäyttö) on mielestämme miellyttävä. Siitä näkee muun muassa pelaajien tilastot, käytössä olevat aseet ja rahatilanteen pelin sisällä. Hyvin tehdyt visuaaliset elementit tekevät katselukokemuksesta miellyttävän. Myös koko lähetyksen ajan käynnissä oleva keskustelualustan kommentointityyli on muodostunut sellaiseksi, että siitä on helppo tunnistaa kanava itsessään. Interaktiiviset elementit kuten kysymysten esittämisen mahdollisuus selostajille, ottelun voittajaäänestykset ja arvonnat

osallistavat katsojia ja pitävät yllä heidän mielenkiintoaan ottelun ohella. Kuten tietopohjassamme todetaan, katsojan sitouttaminen edellyttää kohderyhmän tarpeiden ymmärtämistä ja sisältöä, joka pitää heidät kiinnostuneina.

## 6.3 Haastattelut

### 6.3.1 Asiantuntijahaastattelu 1: Arttu “Olvari” Hämäläinen

Haastattelimme selostajalegenda Arttu “Olvari” Hämäläistä, koska hänellä on vuosien kokemus huipputason CS:GO-kilpailulähetysten tuotannosta ja hän ymmärtää mitä katsojat haluavat lähetyksiltä. Hän on ollut kriittinen osa yhden maamme isoimman e-urheilu-yhteisön Pelaajat.comin luoja. Haastattelimme Hämäläistä videopuhelun välityksellä ja päädyimme purkamaan vastaukset puhekielisinä, jotta vastauksien sisältö pysyy muuttumattomana.

Kysyimme ensimmäisenä, miten haastateltava näkee suomalaisen CS:GO:n tilan tällä hetkellä. Hämäläinen kertoo olevansa huolestunut maamme CS:GO:n nykytilasta. Korona-aikana putosi useampi suomalainen organisaatio pois ja menestyksen vuosista 2018–2020 on tekemisen taso tullut alaspäin. ENCE on joukkueena selkeä kärkiveturi ja Havu tulee perässä. Tämän jälkeen taitotasossa ja ammattimaisuudessa tulee selkeä harppaus. Valona tunnelin päässä ovat nuoret pelaajalupaukset, kuten Jimmphant ja Banjo.

“Sillä on paljon vaikutusta nykytilanteeseen, että KOVA, hREDS ja SJ Gaming lopetti CS-joukkueensa. Organisaatioiden puute on maamme isoimpia ongelmia.”

Keskustelimme seuraavaksi benchmark-kohteestamme Tanskasta. Hämäläisen mukaan väkiluvultaan samankokoinen pohjoismaa on hyvä vertailukohde e-urheilun saralla. Tanska on onnistunut tekemään e-urheilusta helposti lähestyttävän lajin uudellekin katsojalle. Suomessa tarvittaisiin kansainvälisesti menestyvä organisaatio, jotta CS:GO:ta olisi mahdollista nähdä lineaarisesta televisioista.

“Tanska on samankokoinen maa, mutta esimerkiksi rahallinen panostus e-urheiluun on täysin eri tasolla. Tanskassa lineaarinen TV-kanava TV2 näyttää suorana e-urheilua ja varsinkin CS:GO:ta ja tämä vaikuttaa yleisellä tasolla, miten ihmiset suhtautuvat lajiin.”

Lajin katsojana Hämäläinen kertoo valikoivansa CS-ottelut, joihin löytyy suomalaiskulma. Hämäläinen kertoo enemmän katsovansa SM-sarjojen finaaleja kuin Major-turnausta ilman suomalaisia. Hän arvottaa suomalaislähetysten tuotantoarvon erittäin korkealle. Työkokemuksensa perusteella hän kertoo suomalaisen CS-yleisön olevan pääosin kiinnostunut kotimaisista pelaajista ja organisaatioista.

“Jos suomalainen joukkue tai pelaaja pelaa ulkomaalaista joukkuetta vastaan, kiinnostaa se kotimaista yleisöä. Tarinan rakentaminen on kuitenkin median vastuulla.”

Ottelutapahtumien osalta Hämäläinen toteaa ratkaisuhetkien ja yllätyksellisyyden olevan mielenkiintoisinta antia lajissa.

“Kanit hatusta” eli pelien sisällä erikoiset tapahtumat kiinnostavat, oli se sitten hieno suoritus tai heikko suoritus. Otteluiden ratkaisevat tapahtumat ovat ne mitkä sytyttävät, niin selostajana kuin katsojana.”

Keskustelimme e-urheiluyhteisöistä ja mikä saa ihmiset palaamaan tietyille Twitch-kanaville. Hämäläinen kertoo Pelaajat.comin chattikulttuurin olevan erittäin tärkeä sen seuraajille ja hän näkee sen kasvattaneen Pelaajat.com -yhteisön myös Twitch-chatin ulkopuolelle. Pelaajat.comin chatkulttuurissa on myös selkeästi uniikkeja puolia verrattuna kanavan kilpailijoihin. Selostajana hän pitää työssään tärkeänä katsojien kommenttien ja kysymysten nostamista lähetykseen. Tämä pitää katsojat osallisena lähetyksessä ja on selkeimpiä keinoja sitouttaa katsojia.

Hämäläisen mukaan tuotannolla ja selostuksella on isoin vastuu siitä, että uudet katsojat viihtyvät ja jäävät kanavalle. Se miltä tuotanto näyttää ja miten selostajat kertovat asioista vaikuttaa kriittisesti katsojakokemukseen. Selostajan vastuulla on ottaa huomioon lajiin perehtyneet katsojat ja myös uudet katsojat, jotka eivät ole välttämättä katsoneet tai pelanneet yhtään CS:GO-ottelua. Hämäläisen pyrkimyksenä on tehdä tuote, jota on kiva katsoa, oli katsojalla takana siten puoli tuntia tai 10 000 tuntia lajin parissa. Selostaja kertoo Pelaajat.comin lähetyksissä hänen tehtävänänsä olevan hypen luominen ottelun ympärille, kun asiantuntijavieraat keskittyvät syvempään ottelun analysoimiseen.

“Ensivaikutelma on tärkeä. Jos lähetys näyttää ja kuulostaa pahalta, ei katsoja kauan siellä viihdy. Jos puhutaan isoista kansainvälisistä turnauksista, vaihtoehtoja löytyy lukemattomia. Isoin vastuu on tuotannolla ja selostajilla. Selostaja ei voi kumminkaan joka kierroksella ottaa vastaan uusia katsojia ja alkaa selittää pelin perusasioista.”

Suomalaisen e-urheilukulttuurin vahvuuksina Hämäläinen nostaa esimerkkinä NHL-pelin ympärille muodostuneen tiiviin ja positiivisen yhteisön. Hänen mukaansa pienen maan kansallistunne on selkeä vahvuus ja varsinkin tuotannollisessa mielessä “me vs. muut” -ajattelusta saa e-urheilun saralla hienoja tarinoita. Heikkoutena hän ottaa esille sukupolvien välisen kuilun ja ottaa esimerkkinä 1980-luvulla ja 1990-luvulla syntyneiden pelaajien vanhempien negatiivisen suhtautumisen e-urheiluun.

### 6.3.2 Asiantuntijahaastattelu 2: Laura ”Iapa” Kyntäjä

Laura “Iapa” Kyntäjä on Suomen tunnetuimpia e-urheiluselostajia. Hän on yksi Kanaliigan perustajista, ja 2022 hänet palkittiin Vuoden pelikasvattaja -arvonimellä. Halusimme haastatella Kyntäjää, koska hänellä on erittäin monipuolinen osaaminen suomalaisen e-urheilunkentältä ja hän ymmärtää sitä niin selostajana, pelaajana ja turnausjärjestäjänä kuin katsojanakin.

Kyntäjä näkee suomalaisen e-urheilun haasteena resurssien rajallisuuden, mikä aiheuttaa alan työllisyyden kasvulle hankaluuksia. Suurin osa työstä e-urheilukentällä on vapaaehtois pohjalla tehtävää ja alan ammattimaistumiseen on vielä matkaa isossa kuvassa.

“Näkisin, että ollaan tietyllä tavalla tienhaarassa. On paljon mielenkiintoisia lähtöjä, mutta resurssien, rahoituksen ja markkinan ollessa rajalliset vain osa tulee kasvamaan ja kehittymään. Edelleen tehdään paljon vapaaehtois pohjalla, ja sen kääntäminen täysi- tai osapäiväiseksi ammatiksi on monella vielä unelmana.”

Suomalaisen e-urheiluskenen hän näkee kuitenkin vahvana, sillä intohimoisia harrastajia on paljon. Tulevaisuuden kuvat ovat hänellä positiivisia. Hän toivoo isoimpien e-urheilutoimijoiden löytävän tilaa työskennellä verrannollisesti pienen markkinan keskellä, koska kaikki loppujen lopuksi hyötyvät joko suoraan tai välillisesti siitä, kun markkinat kasvavat. E-urheiluskenen verrattain pieni koko on samaan aikaan vahvuus ja heikkous. Sen pieni koko mahdollistaa nopeita liikkeitä ja uusien konseptien nopeaa kehittämistä ja jalkauttamista. Vaikka suomalaiset ovatkin innokkaita e-urheiluharrastajia, niin varsinaisissa katsojaluvuissa jäämme monen muun isomman varjoon. Tästä syystä esimerkiksi sponsoritulot ovat huomattavasti pienempiä kuin kansainvälisten isompien toimijoiden, eikä rahaa liiku meidän markkinoillamme samalla tavalla.

“Suomalaiset pelaavat ahkerasti CS:ää, mutta ollaan paljon jäljessä esim. Tanskaa siitä millaisia tukirakenteita e-urheilijoiden ympärillä voi olla, ihan ruohonjuuritasosta alkaen.”

Katsojan roolissa Kyntäjä kertoo seuraavansa eniten kansainvälisiä isoja CS:GO-turnauksia. Häntä kiinnostavat mielenkiintoiset joukkueet ja turnaukset. Jos valinnanvaraa on paljon, valitsee hän tuotannollisesti laadukkaaksi tietämänsä lähetyksen asiantuntevalla selostuksella. Kyntäjä kertoo nauttivansa eniten asiantuntijatyyppisestä selostuksesta, kunhan itse ottelun tapahtumat eivät jää pimentoon.

“Statistiikka, pelaajien ja tiimien aikaisempi suoriutuminen, pelaajien taustat ja muu kiinnostaa, kuhan se ei vie liikaa huomiota käynnissä olevalta ottelulta.”

Kyntäjän mukaan CS:GO-ottelun satunnainen katsoja tarvitsee yleensä minimi-tietoutena kartan tuntemuksen. Lajissa tilanteet vaihtuvat niin nopeasti, että ilman sitä on vaikea hahmottaa missä päin karttaa pelaajat liikkuvat. Aktiiviseuraaja on taas hyvin perillä syvällisemmistäkin mekaniikoista ja tiedoista pelaajien ja tiimien takana. Yhtäläisyyksiä erilaisten katsojien väliltä kuitenkin löytyy.

“Seuraajaprofiileita yhdistää mielestäni yleinen into esportia kohtaan. Suurin osa osaa kiinnittää huomiota lähetyksestä välittyvään fiilikseen ja informaatioon, jota selostajat välittävät, sekä chat-kulttuuriin.”

Lopuksi kysyimme Suomen e-urheilullisuuden yhteisöllisyydestä ja miten sitä olisi mahdollista kehittää. Kyntäjä otti esimerkiksi suomalaisen pelikehitys-skeen, joka on maailmalla tunnettu siitä, miten paljon se tekee yhteistyötä yli firmarajojen. Se on sitä kautta rakentunut yhteisöksi, jossa ihmiset ympäri haluavat työskennellä. Yhdessä tekeminen vastakkainasettelun sijaan olisi terve pohja, mille rakentaa suomalaisen e-urheilun tulevaisuutta.

### 6.3.3 Asiantuntijahaastattelu 3: Roope ”RobuJohnson” Leppänen

Kolmantena haastattelimme Roope ”RobuJohnson” Leppästä, joka on suomalainen CS:GO-asiantuntija, selostaja ja tubettaja. Leppänen selostaa Elisa Esports -kanavalla ja tekee itse YouTube-kanavallaan sisältöä CS:GO:n tuoreimmista tapahtumista ja uutisista. Haastattelimme työtämme varten Leppästä, jolta halusimme näkökulmia suomalaiseen e-urheilukulttuuriin ja CS:GO:n pelinsisäisiin viihdearvoihin.

Leppäsen mukaan suomalaisen CS:GO-pelaajakentän kärki on kapea, mutta sen tulevaisuus näyttää silti lupaavalta ja siitä ei ole Leppäsen mukaan maas-



samme huolen aihetta. Seuraava sukupolvi on tulossa ja suurimman suomalaisorganisaation ENCE:n akatemiajoukkueen ohella hän mainitsee Enhanced-joukkueen lupaavat nuoret. Hyvää suuntaa on näkyvissä.

“ENCE Academy vaikuttaa olevan oikein menestynyt projekti, missä isompi organisaatio tarjoaa lupaaville nuorille pelaajille ympäristön, jossa kehittyä tavoitteellisesti pelaajana, ammattilaisena ja jopa ihmisenäkin. Tämä tietenkin vaatii resursseja eli valmentajan ja managerin.”

Leppänen näkee pelikentän olevan myös hyvässä tilassa ja mainitsee työnantajansa Elisa Esportsin puolelta löytyvän paljon pelattavaa suomalaistiimeille. Selkeää reittiä isompiin turnauksiin on hänen mielestään tarjolla.

Henkilökohtaisesti katsojana häntä kiinnostavat isoimmat turnaukset ja parhaat joukkueet. Tähän hän lisää katsovansa otteluita myös suomalaiskulmalla. Otte-lutapahtumien kiinnostavimmista elementeistä kysyttäessä Leppänen vastasi katsojan näkökulmasta seuraavasti:

“Kilpailua paremmuudesta, yksittäisiä pelityksiä, mekaanista taitoa, taktiikoita, pelaajien reaktioita ja tunteiden purkauksia, yleisön reaktioita – näitä nyt on aika paljon!”

Leppänen kyseenalaistaa chattikulttuurin tärkeyttä e-urheilussa, koska hänen mukaansa pieni osa katsojista chattailee.

“Näen sen enemmän sivuaktiviteettina varsinkin e-urheilulähetyksissä. Parhaimmillaan chatti tuo mukaan tunnetta siitä, että jotakin isompaa tapahtuu kuten jääkiekko-ottelussa yleisön reagoidessa maaliin ja hienoon torjuntaan.”

Aktiivikatsojan ja satunnaiskatsojan hän erottaa sillä, että aktiivikatsoja tietää mitä turnausta pelataan ja mitä se merkitsee, kun taas satunnaiskatsoja saattaa tietää jonkin tietyn joukkueen, mutta ei välttämättä ottelun panoksia.

“Satunnaiskatsojalle on pystyttävä kertomaan lähetyksessä aina mistä pelataan ja millä panoksella.”

Suomalaisen CS:GO-kulttuurin vahvuutena Leppänen näkee ymmärryksen pelistä, ja hän nostaa esimerkkinä FACEIT Level 10:ien korkean määrän pienessä maassamme. FACEIT on alusta, joka mahdollistaa sujuvamman pelikokemuksen Valven omien palvelimien sijaan muun muassa paremman vasteajan vuoksi. FACEIT-alustalla level 10 on korkein taitotaso. (Morris 2023). Intohimo on myös huimaa, mikä tulee hänen mukaansa esille varsinkin isoissa tapahtumissa tai silloin, kun suomalaispelaaja pärjää hyvin. Kulttuurin heikkoutena hän mainitsee tendenssin nähdä negatiiviset puolet asioista ensimmäisenä.

#### 6.3.4 Asiantuntijahaastatteluiden yhteenveto

Haastateltavat näkevät suomalaisen CS:GO:n tilan hyvin samanlaisena. Kapea kärki pelaajissa Tier 1 -tasolla on tällä hetkellä Aleksi “Aleksib” Virolaisen varassa, mutta tulevaisuus pelaajakentällä näyttää kuitenkin positiiviselta nuorien pelaajien osalta. Lupaavista yksilöistä huolimatta useita organisaatioita on pudonnut pois suomalaisesta e-urheilusta viimeisen parin vuoden sisällä ja organisaatioiden puute hiertää lajikentää. Vapaaehtoisten voimin pyörivä ala on vielä matkalla kohti ammattimaista toimintaa isossa kuvassa, mutta potentiaalia siihen löytyy.

Vertailu Tanskaan nousi esiin Kyntäjän ja Hämäläisen haastatteluissa. Haastateltavat ottivat esiin esimerkiksi sen, miten paljon Tanska on maana edellä e-urheilun tukirakenteissa valtiontasolla ja ihmisten suhtautumisessa pelaamiseen ylipäätään. Haastatteluissa nousi paljon yhtäläisyyksiä aineistonhankintamene- telmissä tehtyyn tekemään benchmark-tutkimukseen Tanskasta e-urheilumaana.

Haastateltavat avasivat mistä he ovat henkilökohtaisesti kiinnostuneita CS:GO-otteluissa. Tarinat joukkueiden takana, pelin ratkaisevat tapahtumat, pelitykset, taktiikat ja tunteiden purkaukset nousivat esiin. Yhtäläisyyksiä asiantuntijahaastatteluista löytyy kyselytutkimuksemme tulosten kanssa. Tarinat pelaajien ja

joukkueiden takana sekä parhaat joukkueet ja pelaajat kiinnostavat katsojien lisäksi lajin asiantuntijoita.

Suomalaisnäkökulmat nousivat esiin Leppäsen ja Hämäläisen haastatteluissa. Asiantuntijoiden mukaan iso osa suomalaisista haluaa huipputason e-urheilussa suomalaisnäkökulman, jonka kautta seurata lajia ja kannattaa. Omien huomioidemme mukaan sama toistuu myös perinteisen urheilun puolella. Suomalaisia kiinnostavat tietyt lajit silloin, kun suomalaiset menestyvät niissä. Kestomenestyjlajit kiinnostavat aina, mutta hetkittäiset innostukset eri lajeissa johtuvat suomalaismenestyksestä. Näitä lajeja voisivat olla esimerkiksi koripallo, mäkihyppy ja moottoriurheilu. Myös e-urheilussa tämä näkyi Encen menestyksen aikana, jolloin vuoden 2019 Katowicen Major herätti suurta mielenkiintoa. Esimerkiksi Encen finaaliottelu näytettiin Suomessa Yle Areenan, Twitch-suoratoistopalvelun sekä Youtuben kautta. Yle Areenan kautta ottelua seurasi lähes 240 000 katsojaa. (Kemppi 2019.)

Hämäläinen summasi tuotantoarvojen tärkeyden e-urheilulähetyksessä. Ensi-vaikutelma on tärkein yksittäinen syy miksi katsoja jää kanavalle varsinkin isoimmissa kansainvälisissä turnauksissa, joissa valinnanvaraa on myös suomenkielisissä lähetyksissä paljon.

## 6.4 Tuloksien yhteenveto

Tässä luvussa esittelemme aineistonhankintamenetelmiemme avulla laadittujen tulosten pohjalta tärkeimmät katsojakokemukseen vaikuttavat tekijät, joita verrataan työn tietopohjaan. Tuloksien yhteenvedon pohjalta laadimme kehittämisehdotuksemme.

### 6.4.1 Kohderyhmälähtöinen tuotanto merkittävässä roolissa

E-urheilua seuraavat monenlaiset katsojat. Kuten kyselytutkimuksessamme käy ilmi, vastaajista lähes puolet (43 prosenttia) kertoivat seuraavansa eniten tiettyä joukkuetta tai joukkueita. Tietopohjamme katsojatyyppeiden perusteella nämä kat-

sojat voidaan luokitella faneiksi tai kannattajiksi, joilla on jonkinlainen suhde tiettyyn joukkueeseen. Vastaajista 17 prosenttia kertoi katsovansa pelejä yleisesti välittämättä siitä, ketkä pelaavat. Tiettyä pelaajaa kertoi seuraavansa 22 prosenttia vastaajista. Asiantuntijahaastatteluissa nousi selkeänä teemana erilaisten katsojien huomioon ottaminen alusta alkaen. Satunnaisen ja aktiivisen katsojan sitouttaminen on oma taiteenlajinsa, johon huippuselostajat pyrkivät. Ensivaikutelma asiantuntevasta ja helposti lähestyttävästä sisällöstä alkaa lähetyksen alussa ja onnistuessaan selostaja pystyy tuottamaan viihdyttävää sisältöä kaiken tyyppisille katsojille. Asiantuntijahaastatteluissa nousi esille, että ensivaikutelma on tärkein yksittäinen syy, miksi katsoja jää kanavalle. Hyvänä esimerkkinä on benchmark-kohteemme Pelaajat.com, jossa onnistutaan toteuttamaan tätä mallia.

“Satunnaiskatsojalle on pystyttävä kertomaan lähetyksessä aina, mistä pelataan ja millä panoksella” -Roope “RobuJohnson” Leppänen

#### 6.4.2 Urheilun seuraaminen on viihdettä

Urheilun seuraamisella on useita merkityksiä katsojille. Eri katsojatyypit seuraavat urheilua eri intensiteetillä, mutta lopulta urheilun viihdearvo tuo katsojat yhteen, oli kyseessä fani, kannattaja tai satunnainen seuraaja. E-urheilussa asia ei ole toisin kuin perinteisessä urheilussa. Urheilun viihde perustuu muun muassa todellisuudesta irtaantumiseen ja stressin lievittämiseen, eli eskapismiteorian mukaan haluamme mukavia kokemuksia katsoessamme urheilua. Haastateltavat nostivat lähetyksen viihdeaspektin tärkeäksi osaksi kokonaisuutta. Viihteellisyys e-urheilussa voi koostua esimerkiksi yllättävästä lopputuloksesta, dominoivasta joukkueesta tai yksilöistä, tai yksittäisistä suorituksista, olivat ne sitten onnistuneita tai epäonnistuneita.

“Pelien sisällä erikoiset tapahtumat kiinnostavat, oli se sitten hieno suoritus tai heikko suoritus. Otteluiden ratkaisevat tapahtumat ovat ne mitkä sytyttävät, niin selostajana kuin katsojana.” - Arttu “Olvari” Hämäläinen

Lähetykset ovat viihdettä, ja tuotannolla on tässä isoin rooli. Katsojat auttavat viihteen luomisessa, kun lähetyksestä tehdään osallistava. Sitouttamisen teorian viitaten kaikkien ei tarvitse haluta osallistua, mutta niille, jotka haluavat, on osallistumisen mahdollisuus tarjottava. Katsojat ovat osa lähetystä ja lopputuotteen liiga on mielestämme katsojiensa ja pelaajiensa näköinen kokonaisuus, eikä pelkästään sen tuotanto. Viihdettä hakevat niin innokkaammat fanit kuin satunnaisemmatkin katsojat. Se yhdistää myös asiantuntijan mielestä kaikkia katsojia.

“Seuraajaprofiileita yhdistää mielestäni yleinen into esportia kohtaan. Suurin osa osaa kiinnittää huomiota lähetyksestä välittyvään fiilikseen ja informaatioon, jota selostajat välittävät, sekä chat-kulttuuriin.” - Laura “Iapa” Kyntäjä

#### 6.4.3 Vetonaulat ovat tärkeitä

Kyselyssämme yhtenä toistuvana teemana nousi esiin se, että parhaiden pitäisi olla liigassa mukana. Asia on ilmeinen, sillä parhaat tuovat parhaita suorituksia ja se kiinnostaa aina, kuten urheilun katsomisen liittyvässä tietopohjamme teoriassa mainitaan (Franklin 2022). SEUL järjesti 2. helmikuuta 2022 avoimen keskustelutilaisuuden, jossa puhuttiin CS:GOn eSM-Liigasta ja liiton toiminnan kehittamisestä. Tilaisuudessa kuultiin näkemyksiä edellä mainittuun aiheeseen siitä, että parhaiden mukaan saamiseen liittyy haasteita. Suomen suurimmille organisaatioille ei pystytä nykyisellään tarjoamaan tarpeeksi näkyvyyttä osallistumalla liigaan. Näin totesi muun muassa Taneli Veikkola, joka on yhden suomalaisen suuren e-urheiluorganisaation Havu Gamingin perustajista.

Toista näkökulmaa löysimme kanadalaisen selostajan Mohan “launders” Govindasamy haastattelusta Blast Premier Fall Final -tapahtumassa, jossa selostaja toteaa, että CS:GO:n huipputaso tarvitsee selkeän vetonaulan. Muut joukkueet haluavat haastaa ja hakea inspiraatiota omaan peliinsä paremmaltaan. Govindasamyn mielestä selkeää kärkeä ei ole tällä hetkellä huipputasolla ja erojen kaventuminen ei ole pelkästään positiivinen asia. Meille katsojan näkökulmasta

katsottuna Govindasamyn lausunnoissa on paljon perää. Niin perinteissä urheilussa kuin e-urheilussakin tarvitaan parhaita yksilöitä ja joukkueita, jotka näyttävät muille suuntaa ja ruokkivat lajien kehitystä. Katsojalle dominanssi voi olla ajoittain tylsää, mutta parhaista parhaiden erottuminen on vangitseva tekijä katsojakokemuksessa. Kukapa ei haluaisi nähdä mekaanisella tai taktisella puolella erottuvaa taitoa, joka aiheuttaa katsojassa elämyksellisiä reaktioita ja ihailua? Mikäli liian moni joukkue on yhtä hyvä huipputasolla tai kansallisella tasolla, ei yllätyksille ole enää tilaa.

Liiga tarvitsee mielestämme selkeämmät vetonaulat, jotta kärkiosaaminen edellä voidaan houkutelua katsojia mukaan. Täten liiga saisi myös nuorille pelaaville katsojilleen esikuvien avulla motivaatiota kehittyä ja nousta itse liigapelaajiksi, mikäli liigaan pääsy olisi tarpeeksi merkittävä askel uralla. Tässä vastuu on myös organisaatioilla, joiden yhteisenä tavoitteena liigan kanssa tulisi olla suomalaisen e-urheilun kehittäminen yhteisönä eikä kilpaileminen vastakkain.

#### 6.4.4 Yhteisön voima urheilussa

ESM-liiga on toteutuksena vaiheessa, jossa se tarvitsee ja olisi tarvinnut enemmän yhteisön apua. Perustamme näkemyksemme tietopohjassa mainittuihin yhteisöllisyyden positiivisiin merkityksiin urheilun yhteisöissä, kuten halu kuulua joukkoon. (Diamond 2022.) Urheilun yhdessä tekemisen vaikutukset näkyvät benchmark-kohteemme Tanskan e-urheilukulttuurissa niin, että kyseinen maa on onnistunut luomaan varsin uudesta urheilun alasta toimivan yhteisön itselleen. SEUL:n järjestämässä keskustelutilaisuudessa yksi toimija mainitsi, että Suomen tulisi puhalttaa enemmän yhteen hiileen e-urheilun alalla. Näkemyksemme mukaan olisi etu myös suurille organisaatioille, että heidän avullaan työnnettäisiin kotimaista e-urheilua eteenpäin ottamalla kotimaiset liigat varten otettavina vaihtoehtoina yksittäisten pienempien turnausten ohella. Suomalaisia huippujoukkueita ei ole nähty hetkeen huipulla, mutta onnistuisiko se, mikäli kulttuuri olisi yhtenäisempi kuten Tanskassa? Näkyvyyshyötyjen puute on ymmärrettävää, mutta sen haitan voisi poistaa juuri yhteisön ison kuvan näkeminen. Kaiken ei tarvitse olla ensimmäisestä päivästä asti sitä, mitä jokin voi olla,

kun annetaan mahdollisuus pitkäjänteiselle kehitymiselle. Liiga voisi olla parhaimmillaan kiinnostava kokonaisuus niin organisaatioille kuin katsojillekin. Se voisi olla väylä joukkueille päästä isoihin turnauksiin, mutta yhdessä tekemisen voimaa tarvitaan.

E-urheilun katsojista moni pelaa itse pelejä, joita katsoo. Tähän liittyy kehittymisen halu ja mallin ottaminen paremmiltaan, mikä faniuden teoriassa nostetaan erona perinteisen urheilun katsojiin (Qian ym. 2019). Esimerkiksi eSM-liigan katsojien joukossa voi olla potentiaalisia lahjakkaita pelaajia. Kyselytutkimuksemme nousi esiin mielenkiintoisena yksi kommentti, jossa katsoja mainitsi olevansa kiinnostunut osallistumaan itse pelaajana liigaan.

“Odotan kilpailullisia kausia, joihin mukava osallistua myös pelaajana.” (Vastaus 3, kysymys 8)

Kyseisen vastauksen perusteella liiga voisi mielestämme pyrkiä myös olemaan houkutteleva ponnahduslauta nuorille pelaajille, joilla on lajiin liittyviä tavoitteita. Liigan yhteisöllisyyden kehittäminen on mielestämme iso osa sen potentiaalinsa saavuttamista.

## **7 Johtopäätökset ja kehittämisehdotukset**

Opinnäytetyömme päätutkimuskysymys oli “Mitä toimenpiteitä tulisi tehdä, jotta eSM-liiga voisi parantaa katsojakokemusta?”. Tässä kappaleessa kokoamme kehittämisehdotuksemme työmme tilaajalle SEULille tuloksien avulla. Kehittämisehdotuksiamme voi soveltaa myös muihin suomalaisiin e-urheilulähettyksiin. Kehittämisehdotuksissa keskitymme niihin seikkoihin, joita aineistonhankintamenetelmillä löytämiemme tulosten avulla olisi mahdollista toteuttaa maltillisin resurssein, sillä liigan tulevaisuus on vielä auki. Tärkeimpinä tuloksina tilanteen huomioon ottaen voidaan pitää kyselytutkimuksista saatuja tietoja katsojaprofiilista ja katsojien toiveista liigalle sekä asiantuntijahaastatteluissa esiin nousseita

tietoja siitä, mitä vastuita selostajilla ja tuotannon toimijoilla on lähetyksen laadun ja kiinnostavuuden kannalta. Mikäli liigan tilanne olisi erilainen, kehittämisehdotuksia voisi suunnata pidemmälle tulevaisuuteen. Tässä tilanteessa halusimme kuitenkin keskittyä liigan nykyisen tyylin kehittämiseen nopeallakin aikataululla sen jatkuessa.

Olemme seuranneet eSM-liigan lähetyksiä ja kokemuksemme mukaan tuotanto on ollut hyvällä tasolla. Asiantuntijahaastatteluihin ilmenneitä katsojakokemukseen vaikuttavia tapoja, kuten esimerkiksi selostajien asiantuntevaa ja uuden katsojan huomioimista on ollut lähetyksissä. Myös tekemämme kyselytutkimuksen vapaissa vastauksissa kehuttiin selostajia ja heidän sitoutuneisuuttaan lähetyksiin. Uskomme, että kun selostuksen laatu onnistutaan pitämään tasaisesti samanlaisena ja tuomalla siihen hieman lisää liigalla on tärkeä elementti kunnonssa. Myös muita huomioita liigan onnistumisista voidaan nostaa, kuten liigan toisen kauden finaali lähetyksen saaminen Yle Areenaan, ja ensimmäisen kauden finaalin toteutus studio-osuuksineen. Ammattimainen tuotanto alkutaipaleella vaikutti mielestämme lupaavalta, ja kyselyn mukaan myös katsojat pitivät sitä hyvänä. Ensimmäisen kauden finaalistudiossa joukkueiden kapteenien haastatteluista olisimme kaivanneet videokuvan mukaan. Pelkällä audiolla haastattelu jää herkemmin huomioimatta. Etenkin nuorille katsojille videosisäilön uskotaan olevan helpommin lähestyttävää (Baron 2019).

Jotta kehittämisehdotuksemme voitaisiin ottaa varteenotettavina liigatoteutukselle, tarvitaan sitä varten terve ympäristö e-urheilun kentälle. Tämän vuoksi keskityimme katsojakokemuksen kehittämisen ohella siihen, että suomalainen e-urheilukulttuuri tarvitsee ympäristön, johon uudet konseptit ovat tervetulleita ja niitä ei lytätä ensikatsauksella. Toimijoiden tulisi lähteä rohkeasti mukaan ja antaa mahdollisuus uusille konsepteille keskittymällä positiivisiin puoliin. Kuten Tanskan e-urheilukulttuurin ja muiden liigojen tutkiminen, asiantuntijoiden haastattelut ja kyselytutkimus osoittivat, toimivalle liigalle olisi tilausta. Hyvän kulttuurin mahdollistaessa tällaiset toteutukset voimme keskittyä siihen, miten luodaan e-urheilulähetyksen kokonaisuus. Tekemistä riittää, mutta mielestämme liigalla



on tulevaisuus ja näiden tulosten perusteella loimme eSM-liigalle kuusi kehittämissuositusta.

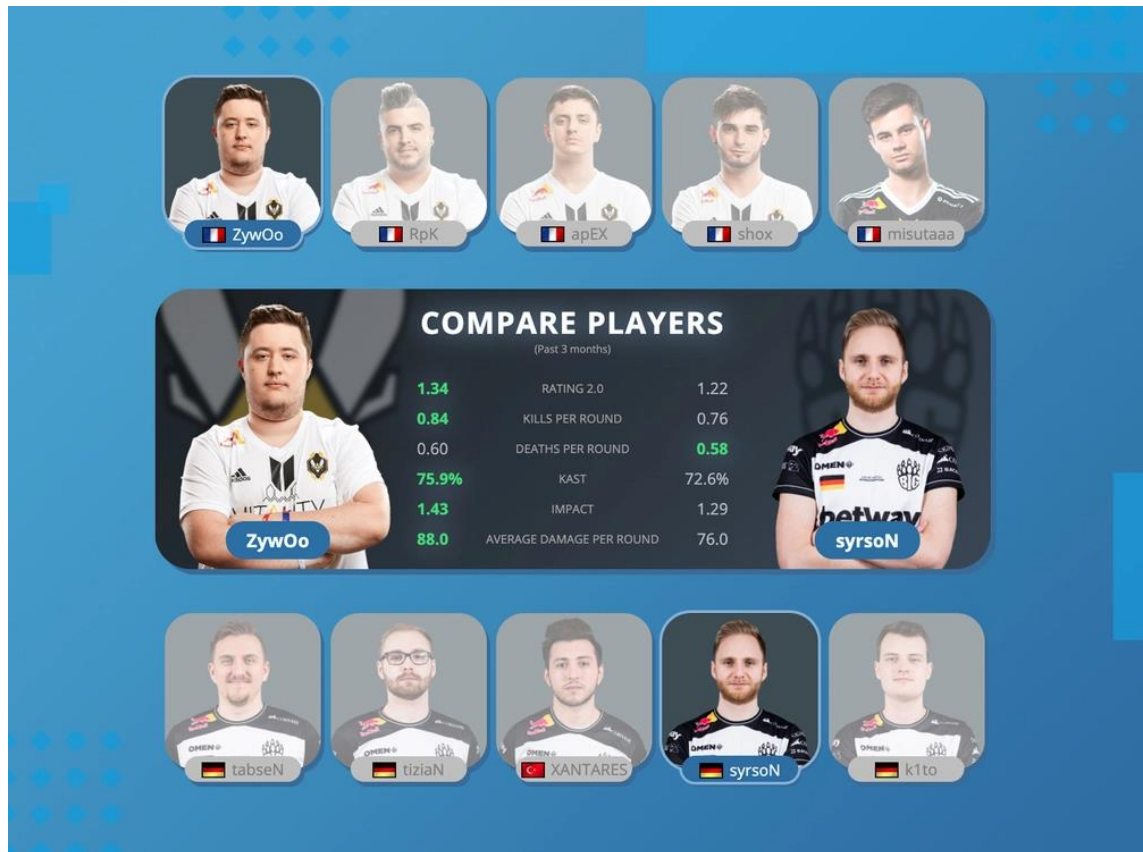
### **Kehittämisehdotus 1. Tunne yleisösi: jatkuva kyselytutkimukseen perustuva katsojakokemuksen kehittäminen**

Liigan katsojille on tehtävä kyselytutkimus aina kauden päätteeksi. Näin liigan tuotantoa on helpompi suunnata kohdeyleisölle, varsinkin liigan alkuvaiheessa ja kohdeyleisön vasta kehittyessä. Yleisö arvostaa sitä, että heidän mielipiteitään kuullaan ja yleisö itse tietää parhaiten mitä he haluavat nähdä. Vuorovaikutteisuuden merkitykseen yleisön kanssa vaikuttaa katsojan sitouttamisen teoriassa nostettu esimerkki siitä, että katsojaa tulisi sitouttaa sekä lähetyksissä että muulloinkin pelien ollessa tauolla. Kyselytutkimus jaetaan ottelulähetyksien Twitch-chatissä ja liigan sosiaalisessa mediassa. Vastaamismotivaatiota voi nostaa esimerkiksi arpomalla yhteistyökumppanilta saatuja lahjakortteja osallistujien kesken.

### **Kehittämisehdotus 2. Jokainen ottelu on tarina: viestintä uudelle tasolle rakentamalla liigan omaa narratiivia**

Aloitukset ovat lähetyksen tärkein osa. Asiantuntijahaastatteluissa nousi esille, että ensivaikutelma on tärkein yksittäinen syy, miksi katsoja jää kanavalle. Katsojan on saatava tietää mistä otellaan, ketkä pelaavat ja mikä on panoksena. Seuraavaksi käymme läpi kehittämisehdotuksiamme liigan tarinan rakentamiseen:

- Joukkue-esittelyihin pelaajavertailut mukaan. Pelaajavertailuissa voisi löytää yhtymäkohtia samankaltaisten pelaajien välillä, esimerkiksi kategorioiden välillä kuten: tähtipelaajat, pelinsisäiset johtajat ja nousevat tähdet. Vertailussa voi käyttää mukana statistiikkaa ja näyttää pelaajien menneitä kohokohtia. (ks. kuvaa 7)



Kuva 7. Pelaajavertailugrafiikan esimerkki. Kuva: Jeppe Lambæk.

- Katsojakyselyssä nousi mieleiseksi osioksi pelaajahaastattelut. Haastatteluiden avulla on mahdollista rakentaa pelaajan henkilökohtaista tarinaa. Haastatteluilla voi avata pelaajien motivaatiota, taustaa, joukkueen kemialla ja sitä mitä pelaaminen tarkoittaa heille henkilökohtaisella tasolla. Pelaajahaastatteluiden tasoa voisi parantaa videoyhteydellä studiotuotannon ja pelaajan välille. Haastattelut tuovat pelaajat lähemmäksi yleisöä.
- Ennen kauden aloitusta jokaiselta kapteenilta Mestaruussarjasta kysytään, kuka voittaa seuraavan kauden tai kuka on seuraava nouseva tähti. Tästä voi rakentaa artikkelin liigan sivuille, ottaa nostoja otteluihin ja näyttää koontina lähetyksessä. Tämä luo asetelmia kauden aloitukseen ja tuo pelaajien näkökulmia lähetykseen.

- Tiheämpää uutisointia kokoonpanomuutoksista, pelaajasiirroista ja liigan yleisistä tapahtumista. Kyselytutkimuksesta löytyi idea, että joukkueiden ja taustaorganisaatioiden palveluita voisi esitellä lähetyksessä isommalle yleisölle ja potentiaalisille sponsoreille. Valokeilassa-haastattelu eSM-liigan sivuilla mentaalivalmentaja Mirko “Mirkouts” Kareisen kanssa oli onnistunut esimerkki tästä.
- Jokainen tarina tarvitsee lopun. Urheilussa tämä rakentuu yleensä pelinratkaisevan suorituksen ympärille, oli se sitten upea tai epäonnistunut yksilö- tai joukkuesuoritus. Lähetyksen lopetus määrittää millaiseen mielen-tilaan katsoja jää ja miten se tarjoillaan tuotannon puolesta.

### **Kehittämisehdotus 3. Rakenna yhteisöä: yleisössä, pelaajissa ja organisaatioissa on liigan voima**

Liigan viestintäkanava Discord, tuotanto ja onnistuneet selostajavalinnat ovat asioita, joiden ympärille alkaa rakentaa liigan yhteisöä. Liigan Discord-kanavan #peliseuranhaku-alakanava on selkeästi tarpeellinen suomalaisen CS:GO:n kentälle ja sen aktiivisuudesta kertoo useampi postaus per kuukausi. Näitä onnistumisia kannattaa korostaa lähetyksissä ja kutsua chatistä ihmisiä mukaan Discordiin. Kyselytutkimuksessa nousi esille katsojien odottavan uusia kausia myös siinä mielessä, että he haluaisivat siirtyä katsojasta pelaajaksi.

Intelin markkinointijohtaja Anna Torres sanoi Adoben haastattelussa, että e-urheiluyhteisön rakentamisen tärkein elementti on siihen pitkäaikainen sitoutuminen. Yleisö arvostaa, kun yhteisö tarjoaa pitkäaikaista uskollisuutta sen jäsenille. (CMO.com team 2019.) Intel on luonut pitkäkestoisimman e-urheiluturnauksen, Intel Extreme Mastersin, joka juhli vuonna 2022 viisitoistavuotista taivaltaan. (Snoddy 2022.) Vastoinikäymisistä huolimatta eSM-liigalla on kasassa hyvä paketti, jonka varaan rakentaa tulevaisuutta. Sen tuotannon peruselementit ovat kunnossa ja nyt tarvitaan sitoutumista projektiin.

#### **Kehittämisehdotus 4. Yhteistyöstä lisäarvoa: osapäiväinen kumppanituottaja mukaan liigan tuotantoon**

Onnistuneiden liiga- ja turnaustoteutusten taustalta löytyy aina yhteistyökumppani. Esimerkkeinä Blast Premierillä Greater Copenhagen ja Xbox, ESL:lä Intel, ALGS:llä Monster Energy sekä Lenovo ja Telia Esports Seriesillä Samsung ja OnePlus. Kumppanituottajan tehtävänä olisi keskittyä saamaan liigalle mahdollisimman hyvät yhteistyökumppanit, joiden kanssa yhdessä kasvaa. Kumppanituottajan vastuulla on liigan viestinnän kanssa kasata kumppanipresentaatio, josta tulisi mahdollisille yhteistyökumppaneille selkeäksi mitä liiga tekee tällä hetkellä, mikä on sen missio, mikä on sen tulevaisuus ja mitä se voisi tarjota yhteistyöstä takaisin.

Yhteistyökumppaneiden ja sponsoreiden avulla liigan on mahdollista kasvattaa palkintopottia, mikä kasvattaisi parhaiden mahdollisten joukkueiden mielenkiintoa pelata liigaa. Yhteistyö voisi avata mahdollisuuksia toteuttaa LAN-tapahtumia tai suoraan parantaa laitteistoa, jolla eSM-liigan tuotantoa tehdään.

Alter Agentsin tekemän tutkimuksen mukaan e-urheilun katsojat ovat hyväksyvämpiä mainostusta ja sponsoreita kohtaan kuin perinteisen urheilun katsojat. E-urheilussa kannattajat tiedostavat miten tärkeitä yhteistyökumppanit ovat heidän seuraamalleen organisaatiolle, lajille tai liigalle, ja täten suhtautuvat myös niitä sponsoroiviin brändeihin positiivisesti. (Heinemann 2021.)

Kumppanituottajan vastuulla olisi lähestyä mahdollisia sponsoreita ja yhdessä liigan johdon kanssa sopia yhteistyön yksityiskohdista. Panostus kumppanituottajaan maksaisi itsensä nopeasti takaisin ja antaisi liigalle taloudellisen perustan, jonka päälle rakentaa tulevaisuutta. Liiga voi vastineeksi antaa sponsoreille mainostilaa sosiaalisessa mediassaan, ottelutoteutuksissa ja esimerkiksi nimellä eri sarjatasoja sponsoreiden mukaan. Tämä on tuttu käytäntö perinteisen urheilun puolelta, mutta sitä ei ole vielä valjastettu täysin e-urheilun puolella. Sponsoreita hakiessa on tärkeää tehdä näkyväksi, että mahdollinen kumppanuuden muoto on mietitty jo valmiiksi ja yhteistyöstä on valmis idea. Tästä on

hyvä lähteä rakentamaan molempia osapuolia miellyttävä yhteistyösopimus.  
(Suncho n.d.)

### **Kehittämisehdotus 5. Palkitse katsojia: yleisö mukaan lähetyksen tekemiseen**

Verrattuna useampaan kansainväliseen liigaan, suomalaisten e-urheilu-toteutusten Twitch-chatit ovat paljon rauhallisempia. Tämä on puoli, joka kannattaa nostaa voitoksi. Studio-osuuksiin voi nostaa mukaan katsojien kysymyksiä ja kommentteja. Katsojat auttavat nostamaan lähetyksen viihdearvoa, kun heidät osallistetaan tuotantoon ja siten lähetyksestä tulee interaktiivinen.

Arvonnat ovat myös selkeä tapa palkita katsojia ja lähetyksiin osallistujia. Palkintoina voisi olla esimerkiksi yhteistyökumppaneilta saatuja lahjakortteja ja alennuskoodeja, pelaamiseen liittyviä tarvikkeita ja joukkueiden oheistuotteita. Joukkueiden oheistuotteiden nostaminen arvontaan olisi myös liigalta suora keino tukea suomalaisten organisaatioiden toimintaa.

Lähetyksiä varten voisi kuvata etukäteen syväluotaavampia haastatteluita ja henkilökuvia, sekä kevyempää sisältöä esimerkiksi liigan mahdollisen LAN-turnauksen yhteydessä. Esimerkkinä kevyempää sisältöön voisi olla Apex Legends Global Seriesin 2023 ensimmäisen finaalin aikaan kuvattu lajin kahden suosituimman pelinsisäisen johtajan haastattelu, joka on saavuttanut kuukauden sisään satojatuhansia katselukertoja eri alustoilla. Christopher “sweet-dreams” Sextonin ja Phillip “ImperialHal” Dosenin haastatteluun luo komiikkaa tarkoituksellisen kiusallinen tunnelma, jota korostetaan runsaalla editoinnilla.  
(Playapex 2023.)

### **Kehittämisehdotus 6. Vetonaulat: parhaiden mahdollisten joukkueiden houkuttelu mukaan liigaan**

Liigaa on rakennettava siihen suuntaan, että se on vartenotettava vaihtoehto myös maamme suurimpien organisaatioiden alla pelaaville joukkueille. Jokainen laji ja kausimuotoinen liiga tarvitsee yhdestä muutamaan selkeää vetonaulaa,

joita vastaan heikommat haluavat pärjätä ja saada mahdollisuuksia yllättää. Paremmuuden tunnistaminen on mielestämme katsojalle äärimmäisen tärkeä ja mielenkiintoinen osa katsojakokemusta. Tämän vuoksi eSM-liigalle olisi merkittävää saada mukaan kotimaisia huippujoukkueita ja luoda molemminpuolista hyötyä kärkiorganisaatioille ja niiden kautta liigalle. Tunnettuus on yhtä tärkeää kuin absoluuttinen taso. Esimerkiksi ison organisaation akatemiajoukkueella saattaa olla näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa moninkertainen määrä organisaatiostatuksen vuoksi verrattuna joukkueeseen, joka pelaa ilman organisaatiota. Pelaajille liigan tulisi näyttäytyä väylänä tai tavoitteena, ei hidasteena. Isojen organisaatioiden mukana oleminen puski muita eteenpäin ja voisi nostaa kilpailullista tasoa sekä houkutella uusia katsojia mukaan.

## **8 Pohdinta ja arviointi**

Tämän opinnäytetyön päämääränä oli löytää kehittämissuhteita siihen, millaisella tavalla SEUL:n eSM-liiga voisi tulevaisuudessa tehdä yleisölleen katsojakokemuksesta paremman. Mielestämme pystyimme tuottamaan hyviä kehittämissuhteita, joiden avulla suomalainen e-urheiluliigan ylläpidon tarve on perusteltua ja sen olemassaolo tuo suomalaisille lajin faneille ja seuraajille lisäarvoa. Ehdotuksemme eivät ole mullistavia, mutta sitä ei myöskään haettu, vaan pyrimme tuottamaan kehitysideoita, jotka ovat realistisia toteuttaa lyhyelläkin aikavälillä ja ilman valtavaa budjettia.

Päätutkimuskysymyksen lisäksi tavoitteenamme oli selvittää liigan katsojaprofiilia sekä sitä, miten suoratoistossa sitoutetaan katsojaa ja mitä ominaisia piirteitä liittyy suomalaiseen CS:GO-lajikulttuuriin. Alakysymyksiä avasimme jokaisella menetelmällä, joista katsojaprofiilin kannalta tärkein oli kyselytutkimus.

Benchmarkingin avulla pystyimme vertaamaan lajikulttuurillisia piirteitä ja muiden liigojen toimintaa suhteessa siihen, mitä meillä kotimaassa pystytään tuottamaan. Katsojan sitouttamiseen vaikuttavista tekijöistä saimme eniten tietoa asiantuntijahaastatteluiden avulla.

Prosessin näkökulmasta koimme, että työn alkuvaiheessa meillä meni liikaa aikaa löytää työn todellinen suunta. Otsikon ja päätutkimuskysymyksen kanssa sallimme pitkän ajankäytön, mutta alkupään visiot eivät olleet kovinkaan lähellä lopullista teemaa. Tähän vaikutti hieman hankala ja liian vähäinen kommunikointi tilaajan kanssa, mutta myös oma ymmärryksemme siitä, miten työ tulisi todellisuudessa rajata. Kommunikointiin vaikutti varmasti liigan haastava taival, jota on avattu tämän työn tapauksen kuvauksessa. Matka oli siis hankala sekä liigalle että meille erinäisistä syistä. Uskomme silti, että saimme lopulta kokoon sen, mitä lähdimme hakemaan eli kehittämisehdotuksia liigalle.

Toteutuksen kantilta opinnäytetyö sisälsi paljon oivalluksia, onnistumisia ja haasteita. Kyselylle asetimme liian kovat odotukset, sillä vastausten määrä jäi alhaiseksi. Olimme kuitenkin tyytyväisiä siihen, että alun katastrofaalisen pieni vastaajamäärä nousi kelvolliseksi ja pystyimme käyttämään kyselyn tuloksia uskottavasti. Kysely olisi pitänyt saada aikaisemmin valmiiksi, jotta sitä olisi voinut kierrättää pidempään liigan ottelulähetyksissä. Lopulta kysely päättyi haluumme paikkaan, mutta ajankohta ei ollut paras mahdollinen. Kysely itsessään oli onnistunut kokonaisuus, mutta osa monivalintakysymyksistä osoittautui epärelevanteiksi tulosten kannalta. Olisimme voineet painottaa vielä enemmän sitä, mitä katsoja nimenomaan haluaa nähdä katsoessaan ottelua ja mitä taas ei. Hieman yllättävä seikka oli, että vapaaehtoisin vastauskenttiin saimme paljon ennakoitua enemmän kommentteja katsojilta. Niissä nousi esiin yhteneviä teemoja, joita nostimme esiin tulosten analysoinnissa. Näiden pohjalta oli myös hyvä lähteä pohtimaan kehittämisehdotuksia, kun toiveet olivat suoraan katsojilta saatuja.

Benchmarkingin avulla saimme hyvin selville, mitä alan suuret ja menestyneet toimijat tekevät oikein ja missä menee tällä hetkellä e-urheilumaailman kärki. ESM-liigan kohdalla on hyvä muistaa, että budjettien puolesta tuotannot eivät paini samassa sarjassa, joten hyviin liigatoteutuksiin ja kulttuurillisiin piirteisiin oli kytkettävä realismi. Kuitenkin suuntaa antavia elementtejä nousi kohteita tutkimalla esiin niin lajikulttuurin kuin myös liigatoteutusten osalta. Kärkiosaaminen

on syystäkin kärkiosaamista. Täytyy tietää, mitä tehdään ja kenelle, kuten vertailukohteemme tekevät.

Asiantuntijahaastattelut olivat meille hieno onnistuminen. Emme tarkoita pelkääntään arvokkaita näkemyksiä, vaan myös haastateltavien valintaa ja kontaktointia. Halusimme lisätä nämä haastattelut menetelmiimme vielä työn loppupuolella, koska koimme, että kysely ja benchmarking eivät olleet kahdestaan riittäviä. Haastateltavat antoivat meille sen, mitä tarvitsimme ja enemmänkin. Olisimme voineet myös haastatteluissa keskittyä vielä rajatummin katsojakokemukseen, jotta kaikki kysymykset olisivat muuttuneet tuloksiksi.

Jos tekisimme työn uudelleen, voisimme aloittaa rohkeammalla rajaamisella ja antaa sille enemmän aikaa. Näin säästyisimme turhalta kirjoittamiselta aiheen sivusta ja pääsisimme nopeammin asian ytimeen. Opimme prosessin aikana, että harkitut ratkaisut ylittävät aina hätäisen sisällön, eikä määrä korvaa laatua.



## Lähteet

ALGS (2021). New Apex Legends Viewership Format for Winter Circuit. <https://www.ea.com/en-gb/games/apex-legends/news/winter-circuit-ot3> (luettu 21.11.2022)

ALGS (2022). Welcome To the New Year of ALGS. <https://www.ea.com/games/apex-legends/compete> (luettu 11.1.2023)

Anderson-Coto, M., Tomlinson C., Collado J., Squire K., (2020). Fandom culture and identity in esports. ResearchGate. [https://www.researchgate.net/publication/343700271\\_Fandom\\_culture\\_and\\_identity\\_in\\_esports](https://www.researchgate.net/publication/343700271_Fandom_culture_and_identity_in_esports) (luettu 5.10.2022)

Appleford, Danny (2022). Masters Copenhagen attendance sells out and gathers over 200,000 viewers. Dot Esports. <https://dotesports.com/valorant/news/masters-copenhagen-attendance-sells-out-and-gathers-over-200000-viewers> (luettu 26.11.2022)

Assembly (2022). History of Assembly. <https://party.assembly.org/winter23/historia-history-of-assembly> (luettu 20.4.2022)

Baron, Jessica (2019). The Key to Gen Z Is Video Content. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/jessicabaron/2019/07/03/the-key-to-gen-z-is-video-content/?sh=4b1508c03484> (luettu 12.2.2023)

Bergström, K., Fisher, S., & Jenson, J. (2016). Disavowing 'That Guy': Identity construction and massively multiplayer online game players. *Convergence*, 22, 233-249. <https://doi.org/10.1177/1354856514560314>

Biazzi, Leonardo (2021). Finland reportedly boasts most Global Elite players in CS:GO. Dot Esports. <https://dotesports.com/counter-strike/news/finland-reportedly-boasts-most-global-elite-players-in-csgo-mexico-leads-in-most-silver-1-players> (luettu 16.4.2022)

Blast Premier (2022). Twitch Stats last 30 days. <https://streamcharts.com/channels/blastpremier> (luettu 25.11.2022)

Butler, Seo (2020). Onko e-urheilu urheilua, mitä urheilu oikeasti on? Sportting. <https://sportting.fi/onko-e-urheilu-urheilua-mita-urheilu-oikeasti-on/#:~:text=E%2Durheilu%20tai%20eSports%20on,siis%20urheilu%2C%20mutta%20uudenlaista%20sellaist> (luettu 15.12.2022)

Christou, Luke (2021). Taking esports to the next level: How has Covid-19 boosted the pro gaming industry? Verdict Magazine. [https://magazine.verdict.co.uk/verdict\\_magazine\\_mar21/esports\\_pandemic](https://magazine.verdict.co.uk/verdict_magazine_mar21/esports_pandemic) (luettu 20.20.2023)

CMO.com Team (2019). Building A Community The E-Sports Way. <https://business.adobe.com/blog/the-latest/building-a-community-the-esports-way> (luettu 17.3.2023)

- Diamond, Ellen (2022). The Psychology of Watching Sports: What Fans Get from Watching Football? Psychreg. <https://www.psychreg.org/psychology-watching-sports-what-fans-get-watching-football/> (luettu 16.12.2022)
- Elchison, Scott (2019). The Difference Between Esports & Gaming. Medium. <https://medium.com/ipg-media-lab/the-difference-between-esports-gaming-3bcb2d45d42b> (luettu 17.4.2022)
- Elliott, Rhys (2021). Data and Insights on Finland's Games Market & Its Gamers. Newzoo. <https://newzoo.com/insights/articles/data-and-insights-on-finlands-games-market-its-gamers> (luettu 7.3.2023)
- ESM-liiga (2022). <https://www.esmliiga.fi/> (luettu 20.12.2022)
- Esports Charts (2022). ALGS 2022 Championship. <https://escharts.com/tournaments/apex/algs-2022-championship> (luettu 11.4.2022)
- Esportsearnings, Denmark. (n.d.) <https://www.esportsearnings.com/countries/dk> (luettu 9.3.2023)
- Esports Insider (2022). Esports around the world: Denmark. Esports Insider. <https://esportsinsider.com/2022/04/esports-around-the-world-denmark> (luettu 24.11.2022)
- Franklin, James (2022). Why Do People Enjoy Watching Sports? World In Sport. <https://worldinsport.com/why-do-people-enjoy-watching-sports/#:~:text=Watching%20sports%20for%20some%20is,most%20popular%20forms%20of%20entertainment> (luettu 12.2.2023)
- Geysler, Werner (2022). The Incredible Growth of eSports. Influencer marketing hub. <https://influencermarketinghub.com/esports-stats/> (luettu 11.5.2022)
- Giulianotti, R., (2002) Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A Taxonomy of Spectator Identities in Football, *Journal of Sport and Social Issues*, 26:1, 25-46.
- Grayson, Christopher (2023). Twitch Starting Soon Screen Makers. Stream Scheme. <https://www.streamscheme.com/best-stream-starting-soon-screens/#:~:text=Showing%20a%20starting%20scene%20before,stream%20for%20the%20first%20time> (luettu 22.2.2023)
- Hasseltine, Terry 2011. Engaging the Community through Sports. Sportsdestinations. <https://www.sportsdestinations.com/management/business-development/engaging-community-through-sports-5354> (luettu 20.11.2022)
- Heinemann, Zachary (2021). In the competition between esports and traditional sports, the winner is clear. <https://www.activisionblizzardmedia.com/insights/blogs/2021/q1/esports-and-traditional-sports-the-winner-is-clear> (luettu 17.7.2022)

Heller, Harris (n.d.). Engaging Viewers. Creator Camp. <https://www.twitch.tv/creatorcamp/en/paths/establish-your-brand/engaging-viewers/> (luettu 11.2.2023)

HlTV 2022. Blast Premier Fall Final 2022. <https://www.hltv.org/events/6348/blast-premier-fall-final-2022> (luettu 20.12.2022)

HlTV 2023. CS:GO World ranking on March 4th, 2023. <https://www.hltv.org/ranking/teams/2023/march/20> (luettu 4.3.2023)

International Olympic Committee. Esports (2023). <https://olympics.com/en/esports/> (luettu 10.3.2023)

Jalonen, Harri (2018). E-urheilun suosio kasvaa ryminällä. Harrijalonen.fi. [https://www.harrijalonen.fi/fi/blogi/e\\_urheilun\\_suosio\\_kasvaa\\_ryminalla](https://www.harrijalonen.fi/fi/blogi/e_urheilun_suosio_kasvaa_ryminalla) (luettu 4.4.2022)

Kemppi, Janiko (2019). Ylen hurjat CS-katsojaluvut: sadat tuhannet suomalaiset seurasiivat ENCE:n finaalitaistoa. Iltalehti. <https://www.iltalehti.fi/pelitjaesports/a/88bbb8be-ae79-4adc-b36e-fc73f44c069a> (luettu 21.2.2023)

Kraneis, Samuli & Rantala, Kalle (2018). Kaikki e-urheilusta. Suomen Urheilumuseosäätiö.

Lace, Thomas (2019). Denmark's Ministry of Culture announce new esports strategy. Esports Insider. <https://esportsinsider.com/2019/04/denmarks-ministry-of-culture-announce-new-esports-strategy> (luettu 24.11.2022)

Liquipedia (2022). Category: Finnish Players [https://liquipedia.net/apexlegends/Category:Finnish\\_Players](https://liquipedia.net/apexlegends/Category:Finnish_Players)

Liquipedia (2022). Category: Finnish Tournaments. [https://liquipedia.net/counterstrike/Category:Finnish\\_Tournaments](https://liquipedia.net/counterstrike/Category:Finnish_Tournaments) (luettu 15.2.2022)

Liquipedia (2022). CS:GO Major Championships. <https://liquipedia.net/counterstrike/Majors> (luettu 26.2.2022)

Liquipedia (2023). Apex Legends Global Series. [https://liquipedia.net/apexlegends/Apex\\_Legends\\_Global\\_Series/2022-23](https://liquipedia.net/apexlegends/Apex_Legends_Global_Series/2022-23) (luettu 17.2.2023)

Liquipedia (2023). Category: Danish Players. [https://liquipedia.net/apexlegends/Category:Danish\\_Players](https://liquipedia.net/apexlegends/Category:Danish_Players) (luettu 12.11.2022)

Liquipedia (2023). N0tail. <https://liquipedia.net/dota2/N0tail> (luettu 27.2.2023)

Morgan, Lemmy (2022). The 10 Main Reasons Why Watching Sports Is So Exciting For Most People. LemmyMorgan. <https://www.lemmymorgan.com/the-10-main-reasons-why-watching-sports-is-so-exciting-for-most-people/> (luettu 20.2.2023)

- Morris, Daniel (2023). FACEIT CS:GO – What is it? Esports.net. <https://www.esports.net/news/csgo/csgo-faceit/#:~:text=FACEIT%20is%20a%20platform%20that,GO%20is%20128%2Dtick%20servers>. (luettu 20.3.2023)
- Nikkilä, Niko (2020). Keitä ovat menestyneimmät suomalaiset e-urheilijat? Pelaajat.com. <https://pelaajat.com/esports/keita-ovat-menestyneimmat-suomalaiset-e-urheilijat> (luettu 20.4.2022)
- Nilsson Meier, Hugo (2022). BLAST Fall Finals 2022 interview with karrigan on the latest update, Danish scene and more. <https://blix.gg/news/karrigan-fall-finals-interview> (luettu 5.10.2022)
- Nuorten Helsinki (2022). Syrjimätön Pelitoiminta. <https://nuorten.hel.fi/teke-mista-ja-paikkoja/harrastuksia/pelaaminen/non-toxic/> (luettu 12.2.2022)
- Nurmilaakso, Tiia (2014). Onko e-urheilu urheilua? Yle Tiede. [https://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/11/08/onko-e-urheilu-urheilua?\\_escaped\\_fragment\\_=&qt-tabs\\_under\\_article=2](https://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/11/08/onko-e-urheilu-urheilua?_escaped_fragment_=&qt-tabs_under_article=2) (luettu 28.3.2022)
- N0tail (n.d.). Esportsearnings <https://www.esportsearnings.com/players/3304-n0tail-johan-sundstein> (luettu 27.2.2023)
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. (2015). Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan (3.–4. painos.). Sanoma Pro Oy.
- Pather, Noah (2022). ALGS Split 2 playoffs shatters viewership records; biggest Apex tournament yet. Esports.gg. <https://esports.gg/news/apex-legends/algs-split-2-playoffs-viewership/> (luettu 15.2.2023)
- Pelaajat.com (n.d.) Counter Strike Global Offensive – CS:GO. <https://pelaajat.com/esports/counter-strike> (luettu 4.5.2022)
- Pilipović, Šerif (2022). Esports statistics for 2022: an in-depth look at the industry. Levvvel. <https://levvvel.com/esports-statistics/> (luettu 12.2.2022).
- Playapex (2023). Twitch. <https://www.twitch.tv/playapex> (viitattu 27.2.2023)
- Rondina, Steven (2022). Everything you need to know about CSGO's player count in 2022. Wingg. <https://win.gg/news/everything-you-need-to-know-about-csgos-player-count-in-2022/> (luettu 4.5.2022)
- Rosenvall, J. & Vacklin, A. (2015). Käsikirjoittamisen taito. Helsinki: Like kustannus Oy.
- Rönkä, Otto (2018). E-urheilun käsikirja. Otava.
- Salminen, Anni (2019). Mitä on Eskapismi. Vuolle Settlementti. <https://vuolleoulu.fi/mita-on-eskapismi/> (luettu 17.1.2023)

Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. (2019). Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: The role of identification, credibility, and Product-Endorser fit. *International Journal of Advertising*, 39, 258–281. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02650487.2019.1634898> (luettu 6.10.2022)

Seppänen, Esko (2021). Jakso 318. Podcast-tallenne. Spotify. Julkaistu 9.5.2021. <https://open.spotify.com/episode/3Xoo4zkhiHUdWeCVDMYIJE> (vii-tattu 20.2.2023)

SEUL (2021). ESM-Liiga arvot ja visio. <https://www.esm.gg/wp-content/uploads/2021/12/ESML-Arvot.docx.pdf> (luettu 15.2.2022)

SEUL (2022). Elisa toimii vuoden 2023 CS:GO eSM-operaattorina. <https://seul.fi/elisa-toimii-vuoden-2023-cs-go-esm-operaattorina/> (luettu 21.12.2022)

SEUL (2022). Yhteenveto 2.2. pidetyn keskustelutilaisuuden puheenaiheista ja niiden vastauksia. <https://seul.fi/yhteenveto-2-2-pidetyn-keskustelutilaisuuden-puheenaiheista-ja-niden-vastauksia/> (luettu 4.2.2022)

SEUL Strategia (2021). <https://seul.fi/wp-content/uploads/2021/01/SEUL-Strategia-2021-2024.pdf> (luettu 4.2.2022)

Shaw, Tracey (2021). 5 Strategies to Increase Viewer Engagement on Your Next Presentation. Digitaljoy. <https://www.digitaljoy.media/5-strategies-to-increase-viewer-engagement-on-your-next-presentation/> (luettu 15.2.2023)

Skogvard, Kristina (2022). Esports streaming: How it has evolved and how it can be improved in the future. Abios. <https://abiosgaming.com/press/history-of-esports-streaming-and-its-path-forward/> (luettu 16.1.2023)

Sledge, Ben. The Gamer (2022). Here's What Apex Legends' Multiview Mode Actually Means. <https://www.thegamer.com/apex-legends-multiview-algs/> (luettu 23.11.2022)

Snoddy, Zachary. Strada.gg (2022) CS:GO tournaments that everyone should know about. <https://stryda.gg/news/cs-go-tournaments-that-every-fan-should-know-about> (luettu 20.3.2022)

Steamcharts (2022). Blast Premier. <https://steamcharts.com/app/730> (luettu 11.2.2023)

Sultana, Tania (2021). What is a Sporting Community. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/what-sporting-community-tania-sultanaz> (luettu 18.4.2022)

Suncho, Seth (n.d.). eSPORTSLane.com. <https://esportslane.com/sponsors-for-esports-career/> (luettu 15.3.2023)

Suomiesports (2022). Eurheilun ja Sponsorointi. <https://www.suomiesports.fi/eurheilun-ja-sponsorointi/> (luettu 17.10.2022)

Suomiesports (n.d.). CS:GO. <https://www.suomiesports.fi/csgo/> (luettu 13.4.2022)

Twitchtracker (2023). Pelaajatcom. <https://twitchtracker.com/pelaajatcom> (luettu 1.3.2023)

Tyreal Yizhou Qian, Jerred Junqi Wang, James Jianhui Zhang & Laura Zhenqiu Lu (2019). It is in the game: dimensions of esports online spectator motivation and development of a scale. <https://doi.org/10.1080/16184742.2019.1630464> (luettu 21.3.2023)

Van der Linden, Sander (2015). The Psychology of competition. Psychology Today. <https://www.psychologytoday.com/us/blog/socially-relevant/201506/the-psychology-competition> (luettu 12.2.2023)

Wikipedia (2022). Urheilu. Wikipedia. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Urheilu> (luettu 5.4.2022)

Yellowzebra Sports (2018). Why Is eSports So Popular? (What You Haven't Considered). <https://yellowzebrasports.com/why-is-esports-so-popular/#:~:text=It's%20just%20like%20any%20other%20sport&text=It's%20so%20easy%20to%20follow,like%20any%20other%20sporting%20event.> (luettu 7.10.2022)

## Liitteet

## Kysely

### Kysely eSM-liigan katsojille

Hei!

Tämä kysely on tarkoitettu kaikille eSM-liigan katsojille. Tarkoituksena on kehittää liigan katsojakokemusta tulevina kausina. Kyselyn avulla tutkimme, kuka katsoo eSM-liigaa ja mitä liigalta odotetaan tulevaisuudessa. Kysely on osana Metropolia Ammattikorkeakoulun opiskelijoiden opinnäytetyötä.

Pakolliset kysymykset on merkitty \*-symbolilla, mutta toivomme, että saisimme vastauksia myös avoimiin kysymyksiin.

Jimmi's PC-storen lahjakortti (100€) arvotaan kaikkien vastaajien kesken. Voittajalle ilmoitetaan sähköpostitse. Kiitos vastauksistanne!

**\* Required**

1. Minkä ikäinen olet? \*

*Mark only one oval.*

- Alle 18v.
- 18-22v.
- 23-27v.
- 28-33v.
- 34-39v.
- Yli 40v.

2. Mitä sukupuolta edustat? \*

*Mark only one oval.*

- Mies
- Nainen
- Muu
- En halua kertoa

3. Kuinka monta eSM-liigan ottelua olet katsonut tällä kaudella? (Suunnilleen) \*

*Mark only one oval.*

- 0-1  
 2-5  
 6-10  
 Yli 10

4. Mitä seuraat eniten, kun katsot eSM-liigan ottelua? \*

*Mark only one oval.*

- Tiettyä pelaajaa/pelaajia  
 Tiettyä joukkuetta/joukkueita  
 Yleensä molempia yllä mainittuja  
 En välitä siitä ketkä pelaavat, katson vain pelejä yleisesti

5. Pelaatko itse CS:GO:ta? \*

*Mark only one oval.*

- En ole koskaan pelannut  
 Olen kokeillut/pelaan harvoin  
 Pelaan silloin tällöin  
 Pelaan aktiivisesti useita kertoja viikossa



6. Pelaatko muita pelejä? (voit valita useamman kuin yhden vaihtoehdon) \*

*Check all that apply.*

- Call Of Duty
- Valorant
- Apex Legends
- League of Legends
- Overwatch
- Fortnite
- Dota 2
- FIFA
- NHL
- Minecraft
- En pelaa mitään pelejä
- Jokin muu peli

7. Haluaisitko osallistua eSM-liigan loppuotteluiden LAN-turnaukseen katsojana? \*

*Mark only one oval.*

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

8. Mitä odotat eSM-liigalta tulevilla kausilla?

---

---

---

---

---

9. Mitä palautetta antaisit eSM-liigan striimituotannolle?

---

---

---

---

---

10. Sähköpostiosoitteesi? (mikäli haluat osallistua arvontaan).

---

11. [Tietosuoja-asetus](#) \*

*Check all that apply.*

- Olen lukenut tietosuojaselosteen & hyväksyn tietojeni käsittelyn tutkimuksessa.

---

This content is neither created nor endorsed by Google.

**Google** Forms

## Haastattelukysymykset

1. Miten suomalainen e-urheilu elää ja hengittää mielestäsi tällä hetkellä?
2. Mihin suuntaan näät suomalaisen e-urheilun menevän tulevaisuudessa?
3. Mitä on vahvuuksia näät suomalaisessa e-urheilukulttuurissa? Entä heikkouksia?
4. Katsotko itse paljon pelejä livenä? Ja millä perusteella valitset matsin, mikäli vaihtoehtoja on useampia?
5. Oletko seurannut SEULin eSM-liigaa? Mikäli olet, mitä ajatuksia lähetystoiminta on herättänyt?
6. Mitä tykkäät seurata eniten CS-matseissa? Vastakkainasettelua, tasaista jännittävää peliä, yksittäistä pelaajaa etc.
7. Mitä mieltä olet suomalaisesta chattikulttuurista Twitchissä ja miksi se on tärkeä olla? Mikä voisi olla toisin?
8. Minkä uskot olevan satunnaiskatsojan/uuden lajin pariin eksyneen katsojan ja \*aktiiviseuraajan\* suurin ero?
9. Entä mikä seuraajaprofileita yhdistää? Onko pelin seuraamisessa mielestäsi jotain, johon suurin osa kiinnittää huomiota?
10. Voiko suomalaista e-urheilun yhteisöllisyyttä mielestäsi kehittää jollain lailla? Näätkö, että Suomen kentällä voitaisiin ottaa mallia muualta?