

Wat is User Generated Content?

Dat USG het hoofdonderwerp is van onze game-analyse is wel duidelijk, maar wat is 'User Generated Content' eigenlijk? Vrij vertaald betekent het 'inhoud gegenereerd door gebruikers.' Inhoud kan hier in principe alles zijn, maar meestal wordt hier een vorm van media bedoeld, bijvoorbeeld een filmpje, een artikel of muziek.

Om UGC te onderscheiden van andere content heeft de OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) drie richtlijnen gedefinieerd:

1. UGC moet min of meer in het openbaar gepubliceerd worden. Dit kan zowel via het internet, of een andere vorm van media Bijvoorbeeld in een intern netwerk zoals het intranet op school. (een mail is geen UGC, omdat dit niet openbaar gepubliceerd is voor een willekeurige groep mensen);
2. Degene die het gepubliceerd heeft moet eigen inbreng hebben gehad in het tot stand komen van het materiaal. Dit brengt enige inspanning en creativiteit met zich mee. (een videoclip van een bestaande rockband posten op Youtube is dus geen UGC);
3. De content mag op niet gecreëerd zijn in een professionele werkomgeving. UGC mag hooguit geproduceerd worden door een kleine groep mensen die geen commercieel doel voor ogen heeft. (maar vanuit de behoefte om te experimenteren, het bijdragen aan open source materiaal of gewoon voor de roem als ontwikkelaar).

UGC bestaat in principe al vele decennia, bijvoorbeeld in de mogelijkheid om brieven in te sturen naar kranten, te participeren in een gesprek op de radio, of in het gebruik van home-video's in TV-programma's. De term User Generated Content is daarentegen pas sinds 2005 populair met de opkomst van web 2.0, waar de term veel mee geassocieerd wordt. (webpagina's die aanvoelen als volwaardige applicaties, sociale netwerken en gebruikersparticipatie).

UGC wordt ook wel Consumer Generated Media (CGM) of User Created Content (UCC) genoemd. 'Gebruikers' ervan worden veelal 'prosumers' genoemd (samentrekking van producer/professional en consumer: de kritische consument die participeert). De term 'user' lijkt in verband met UGC nogal controversieel, vandaar dat puristen soms liever refereren naar de term Entrepreneurial Generated Content (EGC).

Sommige critici beweren de UGC pas bestaat sinds de populariteit van het internet en dan met name het web 2.0 tijdperk. Dit in verband met de snelheid waarmee iets gepubliceerd kan worden en mogelijkheid om zelf te kunnen bepalen of en wannéér iets gepubliceerd en weer offline gehaald wordt. Ze zien deze eigenschappen namelijk als onlosmakelijk verbonden met UGC.

Hiermee komen we bij de voor- en nadelen van UGC:

Voordelen:

- Meer diversiteit: ook hele kleine en specifieke doelgroepen kunnen met UGC bediend worden door mensen binnen de gemeenschap;
- Snelheid: mensen aanwezig bij een (grote) gebeurtenis zoals een vliegtuigramp kunnen direct foto's maken en deze posten via hun mobieltjes;
- Meer toegespitst op een specifieke doelgroep, onder andere ook door 'first hand knowledge' en mensen die precies weten wat er leeft in een bepaalde community. Dit staat in enig verband met de voorgaande voordelen;
- Geen censuur of vervorming van hogerhand, zoals een redactie;
- Grotere tolerantie om je artikel naderhand nog aan te passen of te reviseren (bij professioneel geproduceerde media is dit in principe 'not done,' informatie moet meteen kloppen, alleen rectificaties zijn gewoon).

Natuurlijk zijn er ook nadelen:

- De kwaliteit van de content is over het algemeen stukken lager. Daarnaast kunnen er enorme verschillen zitten in deze kwaliteit (van bar slechte, subjectieve informatie tot uitstekende 'first hand' informatie). Gebruikers moeten zeer kritisch staan tegenover de informatie, wat ze lang niet allemaal doen;
- Rechtenkwesaties: wie is de eigenaar wanneer materiaal geplaatst wordt op de website van de aanbieder van de diensten, hier is met regelmaat commotie over. (Neem bijvoorbeeld Adobe die de licentievoorwaarde van de online dienst Photoshop Express aanpaste na klachten van gebruikers);
- Invloed op het voortbestaan van geplaatste inhoud: wat gebeurt er met je content na het plots verdwijnen van een dienst? Of zelfs bij het voortbestaan van een dienst, zo bleek laatst uit een onderzoek. Profielen op sociale netwerk sites worden zonder pardon verwijderd na onterechte copyrightclaims. Of content van profielen blijft gewoon online staan na het verwijderen hiervan (de blog-dienst van Wordpress heeft zelfs geen officiële verwijdermogelijkheid);
- Privacy: mensen die klakkeloos persoonlijke informatie online knallen, of informatie per ongeluk openbaar maken door slechte defaults van de basisinstellingen. Maar ook indirect kan een hoop persoonlijke informatie vergaard worden door relaties te leggen tussen een veelvoud aan bronnen die een connectie hebben met een bepaald persoon. Zo zijn er programmeurs en informatie designers die programma's hebben geschreven welke een heel online leven in kaart kunnen brengen. Of programma's die met behulp van semantische analyse van een blog de leeftijd en het geslacht van de schrijver kan herleiden (zie o.a. Jonathan Harris <http://www.youtube.com/watch?v=zAvNlh2Z0GI>).

Ten slotte kan User Generated Content gebruikt worden als aanvulling op een deel van de website (bijvoorbeeld gebruikersbeoordelingen op Amazon), maar bieden sommige aanbieders een platform die vrijwel volledig uit UGC bestaat. Het businessmodel van deze websites is veelal gebaseerd op het aanbieden van advertentieruimte.

Voor de volledigheid nog een paar voorbeelden van aanbieders die zo'n platform bieden voor UGC:

- Wikipedia;
- Youtube;
- Wordpress;
- Flickr;
- Second Life.