

Tervetuloa virtuaalighettoon!

Johanna Lassy/TAIK
Median murros
Mikko Villi

Abstrakti

Second Life mainostaa itseään 16 miljoonan käyttäjän virtuaaliyhteisönä, mutta arkinen totuus on toinen. Satunnaiselle kävijälle Second Life näyttäytyy tyhjinä halleina ja yritysten toimipisteet ghetoutuvat verkossa, sillä massiiviseksi markkinointiväyläksi tai elämyseskittymäksi Second Lifesta ei vielä ole.

Mikäli virtuaalimaailmoista halutaan saada kaupallinen hyöty irti, vaatii se yrityksiltä vanhanaikaisen kontaktin ihmiseltä ihmiselle sekä henkeäsalpaavat ja saumattomasti toimivat visualisoinnit.

Johdanto – Vastassa tyhjä Second Life

Lennän ystäväni perässä Kiinan muurin yllä. Tuuli humisee kurvissa ja linnut sirkuttavat. Vietämme sunnuntai-iltapäivää virtuaalimaailma Second Lifessa ja ensikertalaisille uuden maailman kokeminen virtuaalihahmojen eli avatarien kautta on ihmeellistä.

Kiinnostus virtuaalimaailmoja kohtaan ollut voimissaan jo 1960-luvulta asti, jolloin luotiin ensimmäiset keinomaailmat erityisesti oppimisen avustamiseen. Sittemmin virtuaalimaailmat kokivat uuden tulemisen 1990-luvulla internetin yleistymisen myötä. Suosituimmat lienevät juuri Second Life, joka on maksuton ja toimii erillisellä ilmaisohjelmalla, ja World of Warcraft -peli, johon päästäkseen on hankittava maksullinen peliohjelma. [1]

Second Lifessa kaikki talot tuntuvat olevan meren rannalla, kauniin ruohokentän päällä – keveän ilmavana vastakohtana täyteen rakennetulle tosimaailmalle. Luodussa maailmassa on kuitenkin tosielämän piirteitä. Virtuaalimaailmalla tarkoitetaan elektronisesti luotua maailmaa, joka hyödyntää tosimaailman elementtejä: luontoa, taloja, huonekaluja ja monesti ihmishahmoa luotavan avatarin pohjana. Toisaalta niissä voidaan rikkoa tosielämän lakeja, kuten painovoimaa. [1] Second Lifen hahmoni tosiaan näyttää ihmiseltä, tosin harvinaisen viehättävältä sellaiselta. Neitokainen kävelee, juoksee ja elehtii, mutta kykenee myös lentämään. Voin chättäillä ja halutessani myös puhua mikrofonin välityksellä muille avatareille.

Second Lifea hallinnoiva Linden Group markkinoi maailmaansa, sen ollessa tuore tuttavuus, erityisesti yrityksille hienona paikkana kohdata asiakkaita. Monet yritykset ovatkin tarttuneet virtuaalimahdollisuuksiin ja perustaneet Second Lifeen toimipisteensä. Lennähtelen firmasta toiseen, mutta asiakkaita niissä ei näy, eikä niissä ole ketään firmastakaan. Yksi

toisensa jälkeen ne tuottavat pettymyksen: Nokian rantakohde, tyhjä. BBC:n elokuvateatteri, CNN:n uutisdeski, Disneyn Mickey World – tyhjä, tyhjä ja tyhjä.

Transmediallisuuden siemenet, joilla tässä tarkoitan tutun mediatarinan tuomista uuteen käyttöympäristöön, ja hylätyt bisnekset näyttäytyvät Second Lifessa virtuaalisena ghettona. Pörrääminen tyhjissä tiloissa tuntuu aavemaiselta ja olo on yksinäinen. Onko kuusi vuotta vanha Second Life jo aikansa elänyt, vai elikö se itse asiassa koskaan?

Show me the virtual money

Virtuaalimaailman kasvupotentiaalia markkinointi- ja kohtaustapaikkana on väläytelty Second Lifen lanseeraamisesta asti, vuodesta 2003. Toimittajat povailivat jopa uuden Business 2.0 -maailman syntyä, missä asiakassuhteita voisi luoda, ja missä voisi tehdä rahaa menestyksekkäästi. Kuusi vuotta myöhemmin virtuaalimaailmabusiness näyttää kuitenkin kuivuneen kasaan, ainakin suurten yritysten kohdalla. [2] [3]

Second Life on mainostanut käyttäjärekisterissään olevan 13 miljoonaa ihmistä, mutta asiantuntijat epäilevät luvun sisältävän rutkasti ilmaa. Monet luovat hahmon, käyvät kerran, eivätkä enää koskaan palaa. Tilastoihin he silti jäävät. Toisilla käyttäjillä taas on useita hahmoja. Käyttäjillä Second Lifen ylläpitäjä Linden Group kuitenkin markkinoi virtuaalimaailmaansa. Monet yritykset ovat tarjoukseen tarttuneetkin, sillä eivät ole uskaltaneet jäädä massiivisen hypen ulkopuolelle. [3] Rahaa ne ovat kuitenkin tuskin virtuaalitoimistoillaan tehneet. Hylätyiltä vaikuttavat virtuaalitoimitilat kertovat karua kieltään: on taidettu huomata, ettei keisarilla, etenkin tässä maailmassa, ole vaatteita.

Toisaalta hieman ristiriitaisesti tyhjyyttään kumiseva Second Life ei oikeastaan massojen paikka olekaan, sillä Linden Groupin ylläpitämät prosessorit mahdollistavat vain 50-100 avatarin kokoontumisen samaan paikkaan yhtä aikaa. Määrän täytyessä pyrkijät jäävät ulkopuolelle tai pahimmassa tapauksessa koko alue katoaa savuna ilmaan eli prosessori kaatuu, sillä ohjelmaa ei ole suunniteltu suurille käyttäjäjoukoille. Kerrallaan käyttäjiä Second Lifessa on arvioitu olevan keskimäärin noin 15 000, ei siis suinkaan miljoonia. [2] [3] Second Lifen eri osaset ovat siis pienten porukoiden kokoontumispaikkoja.

Wiredin toimittaja Frank Rose kirjoittaa, että Second Life olisi yrityksille itse asiassa helppo verkkomarkkinoinnin väylä. ”Minulla on kauppa tosielämässä ja minulla kauppa

Second Lifessä”, Rosen yksinkertaistaa. Virtuaalimaailmassa toimiminen on Rosen mukaan helpompi ottaa haltuun, kuin perinteisempi markkinointi verkossa, jossa on osattava ohjata viesti halutulle kohteelle ja vielä oikeassa paikassa halutussa muodossa.

Verkkomarkkinoinnissa on ymmärrettävä hakukoneista, verkkoseurannasta ja hakusanojen ostosta. Sen sijaan talon rakentaminen Second Lifeen on kaikesta tästä vapaa. [3] Talo ei kuitenkaan vielä riitä.

Avatarin on ihminen

Bisnespotentiaalia tuntuvat parhaiten hyödyntävän yksityiset käyttäjät, jotka ovat perustaneet mm. virtuaalisia vaatekauppoja ja tatuointiliikkeitä. Second Lifessa on tärkeää näyttää erikoiselta, haluttavalta ja nuorelta. Oman avatarin tuunaaminen, asuintilan hankkiminen ja muu rahaa vaativa bisnes hoidetaan Second Lifessa Linden dollareilla, jotka ovat virtuaalisia vastineita oikeille Yhdysvaltain dollareille. Rahan ansaitsemisen virtuaalisessa kaupankäynnissä ovat siis parhaiten hyödyntäneet käyttäjältä käyttäjälle myyvät firmat.

Olisikohan suuret yritykset nyt toisenlaisessa todellisuudessa virtuaalitoimintojensa kanssa, jos ne olisivat alun perin panostaneet henkilökohtaiseen kontaktiin mahdolliseen käyttäjään tai asiakkaaseen virtuaalimaailmassa? Jos nopea pyrähdyseni Second Lifessa jotakin osoitti, niin sen, että itsekseen ihmettelyn ja lentelyn jälkeen kontakti toiseen ihmiseen tuntuu huikealta. Millainen merkitys sillä olisikaan, jos vaikkapa Nokian rantamajassa olisi odottanut asiakaspalvelija, tarjonnut vinkkejä ja vastannut mahdollisiin kysymyksiini! Kallistahan oikean ihmisen palkkaaminen moiseen olisi, mutta jos se olisi tehty heti Second Lifen avauduttua, paikka voisi olla nyt kiinnostava vaihtoehto melko yksiulotteisille verkkokaupoille ja siten kannattavaa toimintaa.

Oltiinpa verkossa tai todellisuudessa, kaupankäynti ja kanssakäyminen on ihmisillä verissä, Ned Kock uskoo. Mutta sen tulee tapahtua todellisten ihmisten välisenä, sillä meillä on tarve todelliseen kontaktiin oikean ihmisen kanssa. Verkossa tämä tarkoittaa avatarin ja toisen avatarin kohtaamista, joiden takana ovat todelliset ihmiset. Kock uskoo, että tarve luoda yhteys toisen ihmisen kanssa juontaa juurensa ihmisen ilmeikkäistä kasvoista. Meillä on tarve nähdä liikettä naamassa, vaikka se olisi edes virtuaalista. [1] Jotain karmivaa pahvisissa virtuaalimyyjissä tosiaan on: törmään Second Lifen eräässä baarissa

tarjoilijattareen, joka hengetön virtuaali. Siis jonkinlainen virtuaali virtuaali! Drinkki jää ostamatta.

Ihmiskontakti saattaisi helpottaa myös sopeutumaan aikansa eläneisiin maisemointeihin ja muihin grafiikoihin, jotka nyt lähinnä ärsyttävät megaluokan tietokonepelien todentuntuisiin maailmoihin tottuneita käyttäjiä. Ned Kock kertoo artikkelissaan, että Kanadan Montrealissa järjestetyssä informaatioteknologian konferenssissa vuonna 2007 juopa suunnittelijoiden ja käyttäjien välillä suhteessa käyttömukavuuteen oli suuri. Designerit esittelivät tuotoksiaan hyvin tyytyväisinä, kun tutkimuksiin osallistuneet käyttäjät pitivät grafiikoita alkeellisina. He penäsivät näyttävämpää ja toimivampaa virtuaalimaailmaa. Oma lukunsa on tietenkin se, ovatko käyttäjät valmiita maailmoistaan juuri maksamaan. Kock epäilee, etteivät ole. [1]

Kiinnostus parantaa tekniikkaa

Nykyisistä ongelmista huolimatta, virtuaalimaailmojen tulevaisuus saattaa olla voitokas. Erilaiset tapahtumat tuntuvat vetävän Second Lifen käyttäjiä kokoontumisiin ja porukkaa pyörii kokeilemassa elämää avatarina. Kenties virtuaalikonferensseissa ja muissa kokoontumisissa, kuten opetustilanteissa, on virtuaalimaailmojen tulevaisuus.

Kock toteaa, että virtuaalisia oppimistilanteita käytetään vielä vähän, sillä ne vievät opettajilta ja oppilailta huomattavasti paljon enemmän energiaa kuin kasvotusten kanssakäyminen. Toisaalta virtuaaliympäristöt mahdollistavat opinnot niillekin, jotka eivät jostakin syystä pääse fyysisesti paikalle. [1] Opetustoiminnan laajentaminen vaatii kuitenkin parempia ohjelmistoalustoja, jotka mahdollistavat useampien kuin 50 ihmisen kokoontumisen paikalle, toimivat sujuvammin ja näyttävät houkuttelevilta.

Virtuaalisten teknologioiden kehittyminen on aiemmin osoittanut, että teknologian ympärille kehitty nopeasti uusia sovelluksia, jos sen ottaa haltuun suuri joukko ihmisiä. Ned Kock näkee, että maailmanlaajuinen virtuaalimaailma loisi businesspotentiaalia, ensi alkuun ainakin markkinointimielessä. Kasvava kiinnostus taas parantaa tekniikkaa, joka tekee virtuaalimaailmasta houkuttelevamman, ja pian tulot ylittävät kulut. [1]

Tällä hetkellä Second Life markkinoi voimakkaasti virtuaalista ympäristöä työpaikkojen kokoontumispaikaksi, jossa voi järjestää konferensseja, ideointipalavereja ja koulutuksia – ekologisesti ja nopeasti. [5] Tässä saattaakin piillä keinotekoisien maailmojen tulevaisuus.

Ilmastonmuutoksen ja tiukentuneen taloustilanteen vuoksi matkailua rajoitetaan. Silloin virtuaalimaailma on varteenotettava paikka, johon paeta oman toimiston ulkopuolelle, ainakin henkisesti. Second Life tarjoaa palomuurilla suojattua omaa suljettua maailmaa SL Enterprisea yritysten käyttöön, jonka lähtöhinta on 55 000 dollaria [5]. Yritystuotteissa Second Lifen tulevaisuuden tulot taitavatkin muhia, eivät yksityisten kuluttajien tai heitä tavoittelevien firmojen taskuissa.

Horisontissa siintää maailmanrauha

Uuteen mediaan perehtynyt toimittaja Ian Lamont on listannut virtuaalimaailmojen potentiaalin olevan 3D-mallinnuksessa, maailmojen toimimisessa uusien tuotteiden testausalustana ja luontipaikkana sekä erilaisten ryhmien real-time kohtaamisalueena, jossa voi kommunikoida myös visuaalisilla merkeillä. Lamont näkee virtuaalisten maailmojen tulevan kehittymään seuraavan kymmenen vuoden aikana täysin fotorealistisiksi, kun tekniset valmiudet ohjelmoida ja käyttää keinotodellisuuksia paranevat. [4] Näin varmasti tulee tapahtumaan, ja silloin virtuaalisten maailmojen merkitys vasta todellisuudessa punnitaan, kun ihmiset unohtavat olevansa osa ohjelmoitua peliä ja toteuttavat itseään vailla teknisiä rajoitteita.

Oman kysymyksensä tulee jatkossa muodostamaan virtuaalinen omistaminen.

Marraskuussa suomalainen oikeuslaitos hyväksyi ensimmäistä kertaa sopimuksen, jossa sovittiin rahallisesta korvauksesta virtuaalisen hahmon varastamisesta. Nuori mies anasti toiselta nuorelta mieheltä World of Warcraft -avatarin. Syytteet tulivat luvattomasta käyttöönotosta ja vahingonteosta, sillä rikoslaki ei takerru teknologiaan. ”Jos jollakin asialla on arvo, se on omaisuutta”, juristi Ville Oksanen kommentoi tapausta Helsingin Sanomille. [6] Tämä ennakkotapaus tulee varmasti lisäämään vastaavien tapauksien lisääntymistä Suomessa. Mitä tutummaksi virtuaalinen kuluttaminen tulee, sitä suurempana sen merkitys nähdään. Kyse ei ole hölynpölystä tai ilmasta, vaan oikean ajan ja rahan sijoittamisesta johonkin, jota haluaa harrastaa. Vaikka sitten keinotodellisuudessa.

Kock visioi visuaalisten maailmojen tulevaisuuden artikkelissaan hyvin sielukkaaksi. Hän uskoo niiden lopulta johtavan ei enempää eikä vähempää kuin maailman rauhan syntymiseen! Kun kansat kommunikoivat ja käyvät kauppaa uudessa virtuaalisessa maailmassa, he löytävät toisensa, Kock uskoo. [1]

Itse olen skeptisempi. Ensimmäiset kysymykset Second Lifessä tuntemattomalle tunnutaan todella esitettävän juuri todellisesta kotipaikasta – silloin harvoin, kun autoissa halleissa joku tulee vastaan. Kotipaikan jälkeen seuraava kysymys tuntuu järjestään liittyvän kuitenkin aivan toisenlaiseen kanssakäymiseen, siihen kuuluisaan virtuaaliseen läheisyyteen. Tietyntaista maailmanrauhan edistystä toki sekin. Olipa tulevaisuuden virtuaalinen maailma millainen tahansa, ihmisluontoa ei hienoinkaan keinotodellisuus muuta.

LÄHTEET

- [1] Kock, N. e-Collaboration and e-Commerce in Virtual Worlds: the Potential of Second Life and World of Warcraft. Texas A&M International University, USA. 2008. http://www.infosci-online.com/downloadPDF/pdf/ITJ4264_5DQLbS5eNH.pdf.
- [2] Rolph, S. The Phony Economics of Second Life. The Register. 20.2.2007. http://www.theregister.co.uk/2007/02/20/second_life_analysis/
- [3] Rose, F. How Madison Avenue is Wasting Millions on a Deserted Second Life. Wired 24.7.2007. http://www.wired.com/techbiz/media/magazine/15-08/ff_sheep?currentPage=3
- [4] Lamont, I. Second Life: What's There Is Potential. Computer World. 14.11.2007 http://www.computerworld.com/s/article/9045079/Second_Life_What_s_There_Is_Potential
- [5] Second Life Work Solutions. 23.11.2009. <http://work.secondlife.com/en-US/worksolutions/>
- [6] Ahlroth, J. Oikeus totesi – virtuaaliomaisuudella on arvo. Helsingin Sanomat. 7.11.2009.