

Tallinna Ülikool
Informaatika Instituut

Onlain mäng kui sotsiaalne võrk

Seminaritöö autor: **Mihhail Gruzdev**
Juhendaja: **Inga Petuhhov**

Tallinn 2011

Sisukord

Sissejuhatus	3
1. Onlain mäng	4
1.1 Onlain mängude alaliigid.....	4
1.2 Lühiajalugu.....	5
1.3 Kasutajate mitmekesisus.....	6
1.4 Funktsionaalsus.....	6
2. Sotsiaalne võrk	8
2.1 Sotsiaalse võrgu kategooriad.....	8
2.2 Sotsiaalsete võrkude lühiajalugu.....	9
2.3 Kasutajate mitmekesisus.....	10
2.4 Funktsionaalus.....	10
3. Võrdlus Perfect World International (PWI) ja Facebook vahel	11
3.1 Kasutajaliides.....	11
3.2 Funktsionaalsus.....	13
3.3 Kasutajate mitmekesisus.....	17
3.4 Ettepanekud sotsiaalvõrkude ja onlain mängude muutmiseks.....	17
Kokkuvõte	19
Kasutatud kirjandus	20

Sissejuhatus

Meie elus hõivab üha tähtsama koha virtuaalne maailm. Peaaegu igal inimesel on olemas konto, kas mõnes sotsiaalvõrgus või onlain mängus. Kuigi need kaks meediumit on ühelt poolt täiesti erinevad, on neil nii mõndagi ühist, mida esimesest silmapigust kohe ei märkagi. Mängides erinevaid onlain mängu ja kasutades erinevaid sotsiaalvõrke olen tähele pannud, et üks laenab funktsionaalsuses teiselt ja vastupidi. Kahjuks siiani pole kuskil näinud, et seda aspekti oleks arendatud ehk neid kahte meediumit pole siiani edukalt ühendatud nii, et jääksid püsima nii mängu kui ka sotsiaalvõrgu omadused.

Töö eesmärgiks on teha ülevaade kahest meediumist ja leida nende vahel sarnasusi. Antud töö, kujutab endast kasulikku abimaterjali nii mitmekasutaja onlain mängude arendajatele, sotsiaalsete veebilehtede arendajatele ning on ka nende jaoks, kes huvitub onlain mängude funktsionaalsuste aspektidest.

Eesmärgi saavutamiseks:

- Tutvub autor onlain mängu definitsiooniga, alaliikide erinevustega ja funktsionaalsusega.
- Tutvub autor sotsiaalvõrgu definitsiooniga, erinevate kategooriatega ja funktsionaalsusega.
- Autor võrdleb kahte meediumi ja pakub endapoolseid võimalikke lahendusi.

Seminaritöö on jagatud kolmeks suuremaks osaks. Esimeses osas analüüsib autor onlain mängu ja selle erinevaid liike. Teises osas toob autor välja sotsiaalse võrgu analüüsi ja selle erinevad tüübid, mis on tänapäeval enim kasutuses. Kolmandas aga võrdleb autor kahte meediumi nende definitsiooni ja funktsioonide järgi. Selleks võetakse mõlemast meediumist üks näide. Näidete valiku põhilisteks kriteeriumiteks on näite kättesaadavus ja populaaruse.

1. Onlain mäng

Onlain mäng on mäng, mida mängitakse üle mingisuguse võrgu. Tänapäeval on selleks suuremalt jaolt internet. Onlain mäng on pigem tehnoloogia kui mängude žanr. See on moodus, kuidas ühendada mitu mängijat võrgu abil, kuid see pole mingi mängimise viis (ehk žanr). Onlain mängude eelduseks on võimalus olla ühendatud mitmekasutaja (ehk multiplayer) mängudega, kuid ka üksik mängija mängud on tänapäeval samuti tavalised. Viimaseid antud uuringus ei vaadelda, kuna sotsiaalse võrgu definitsiooni kohaselt peab tegu olema rohkem kui ühe kasutajaga.

1.1 Onlain mängude alaliigid

Tänapäevaks on ilmunud loendamatu hulk erinevat sorti onlain mängu. Kuigi neid on nii palju, jälgivad nad sarnaseid mängureegleid, mida võib jagada viite alaliiki. Järgnevalt nendest lähemalt (Kizziewfknudson, Samir 2011).

- **MMORPG**

MMORPG ehk *Massively multiplayer online role-playing game* on onlain rollimäng, mis kombineerib endas suurejoonelist sotsiaalset interaktsiooni, mitmekasutaja vahel, ja püsivat maailma mis koosneb MUD'st ja graafilistest liidestest. (näiteks: *World of Warcraft*)

MUD ehk *Multi User Dungeon* virtuaalne maailm, kus toimub mängijate vaheline interaktsioon reaalsajas.

- **MMOFPS**

MMOFPS ehk *Massively multiplayer online first-person shooter* on onlain mängu žanr, mis hõlmab endas püsivat maailma ja suurt arvu mängijaid üheaegselt, mängu tuumaks on *first-person* laskmine. Suuremalt jaolt on mängijad jagatud rühmadesse, kus rühmal on mingi kindel ülesanne, mida nad peavad ära tegema ja mille täitmiseks on tihti aja piirang. (näiteks: *PlanetSide*)

- **MMORTS**

MMORTS ehk *Massively multiplayer online real-time strategy* on kombinatsioon püsivast maailmast ja strateegia mängude elementidest, ning mitme mängija üheaegsetest

interaktsioonidest reaajas. (näiteks: *Elements of War*)

- **Simulaatorid**

Onlain mängude seas on ka kerkinud simulaator mängu, kus simuleeritakse mängijate jaoks mingi keskkond. Sellisteks mängudeks on kõiksugu spordi (näiteks: *FreeStyle Street Basketball*) ja ralli võrgumängud (näiteks: *Motor City online*).

- **Casual**

Casual ehk vabaaja mängude alla kuuluvad kõiksugu onlain kaardimängud (näiteks: *Magic The Gathering Online*), muusika ja rütmimängud (näiteks: *Dance Dance Revolution. Audition Online*) ning alternatiiv reaalsuse mängud (näiteks: *Second Life*)

1.2 Lühiajalugu

Onlain mängud said esimest korda populaarseteks üheksakümnendate keskpaigas, kuid oma alguse said nad tunduvalt varem. (Michael K. 2010)

Aastal 1972 PLATO nimelise projektiga sai alguse esimene mitmekasutaja mäng (David Wolley 1994). Huvitavaks näiteks on *Maze Wars*, kus kasutaja pidi maksma iga mängus sisestatud käsu eest 3 senti, millele järgnes viivitus kuni 10 sekundit et sisestada uut käsku. Nii võis kasutaja kulutada kuni 12 dollarit tunnis.

Esimene võrgumäng, mis kasutas MUD süsteemi, valmis 1978.aastal. See süsteem pani hiljem ka oma jagatud virtuaalse maailma ideega(Mat Growcott 2011) aluse MMO(*Massively multiplayer online*) mängudele.

1984. aastal valmis esimene ülemaailmne mitmekasutaja mäng, *MAD (Multi Access Dungeon)*. *MAD* kasutas MUD'i süsteemi, mis lubas ükskõik kellel maailmas ühineda mänguga. Esimene graafiline MMORPG (*Massively multiplayer online role-playing game*) valmis aastal 1992, mängu nimeks oli *Neverwinter Nights*. 1996 aastal arendati välja kliendipoolse ennustuse (*client-side prediction*) tehnoloogia, mis tunduvalt vähendas mahajäävust. See tähendab, et enne kui mängija tegi mingi tegevuse mängus, siis ta pidi ootama kuni server selle vastu võtab ja alles siis tegema järgmist (Mat Growcott 2011). See aeglustas väga kogu mängu protsessi, uus tehnoloogia aga võimaldas sellist asja vältida ning tuua mängijani palju meeldivama elamuse.

1997. aastal oli *Origin Systems*'i poolt esitatud onlain mäng, *Ultima Online*. Just see pani alguse suuremale osale tänapäeva mitmekasutaja onlain mängudele, kus mängijad said vabalt reaajas liikuda, enda vahel suhelda ja mõjutada virtuaalset mängu maailma.

1.3 Kasutajate mitmekesisus

Üldiselt arvatakse, et mängud on noorema põlvkonna jaoks, siis onlain mängude puhul see ei kehti. Väga suur osa neist mängudest nõuab igakuist tasumist, siis noorem põlvkond tihti ei saa endale neid mängu lubada. Onlain mängurite hulka võivad kuuluda inimesed väga erinevatest vanuse gruppidest. Väga suur osa nendest on tavatöölised ja lihtsalt inimesed, kes naudivad arvutimänge, sellest kirjutab ka Nick Yee enda uuringus „*In Their Own Words*“ (Nick Yee 2005).

1.4 Funktsionaalsus

Kuna onlain mängu on piiritlemata hulk ja igas mängus on olemas midagi erinevat teistest, siis kõiki funktsionaalsus aspekte on võimatu ära nimetada, saab aga nimetada funktsioone, mida suurem osa onlain mängudest omavad.

Nendeks funktsioonideks on mingi viis või vorm kuidas arendada enda mängu tegelast, mängu sisene sotsiaalne interaktsioon, mängu sisene kultuur, tegelase kohandamine ja endale meelepärasemaks muutmine, süsteemne arhitektuur ja liides. Kultuuri alla kuulub mängu teema ja meelestatus ning erinevad sõnalised väljendid, mida kasutajavad mängijad, mis on seotud mängu tegevustega. Tegelaste häälestamis võimalused on kõikidel mängudel erinevad, osad pakuvad rohkem variante tegelase muutmiseks ja kohandamiseks teised vähem. Liideses näeb mängija mis toimub mängus ning läbi selle juhib ka oma tegelase.

Kõikides onlain mängudes on viis või moodus enda tegelase arendamiseks. Peaaegu kõikides mängudes on arendamiseks vajalik koguda kogemuspunkte (*experience points*) ning kui vajalik kogus on saadud tõuseb tegelase tase. Mida kõrgem on tegelase tase, seda parem ta on selles, mida mängus temalt nõutakse. Kogemuspunkte kogutakse suuremalt jaolt, kas mängus olevate koletistega võitlemise või erinevate NPC (*non player character* ehk mängu tegelased, keda ei juhi ükski mängija) ülesannete täitmise eest.

Kõikides onlain mängudes on kindlasti olemas suhtlemis võimalus teiste mängijatega. Paljud mitmemängija onlain mängud toetavad ka mängijate vahel gruppide või gildide loomist.

Suurem osa onlain mängudest kasutab klient serveri põhimõtet. See tähendab, et serveri poolt genereeritakse püsiv virtuaalne maailm, mida jooksutatakse vahetpidamata, kuhu saab ühineda mängija läbi kliendipõhise tarkvara. Klient tarkvara annab ligipääsu, kas kogu virtuaalsele maailmale või ainult mingile osale sellest. On ka mängu, mis kasutavad olemas olevaid ressursse et jooksutada mängu, näiteks veebibrauserit.

2. Sotsiaalne võrk

Definitsiooni järgi sotsiaalseks võrguks nimetatakse sotsiaalset struktuuri, mis on loodud mitme indiviidi poolt, kes on omakorda seotud ühe või mitme ühise asjaga, näiteks sugulus, sõprus, ühised huvid, vastumeelsus, finantssuhted, uskumused jne. Sotsiaalset võrku võib vaadelda, võrgu teooria (*network theory*) järgi, kui sõlmede ja sidemete kogumit. Sõlmed on individid võrgu sees ja sidemed on seosed tegelaste vahel.

Sotsiaalvõrgu veebilehte võib defineerida kui veebilehte, mis lubab kasutajal luua profiil, mis oleks avalik kinnises süsteemis. Sotsiaalvõrgu veebilehed lubavad kasutajatel kuvada ka teisi kasutajaid kellega nad suhtlevad või kellega neil on ühised huvid. Samuti sellise veebilehe kasutajal on võimalik näha kõikide teiste lehel registreerinud kasutajate profiile. Sotsiaalvõrgu veebilehe loomise põhjuseks on ühendada kasutajad inimestega kellega nad on juba tuttavad. Kuid viimasel ajal on saanud väga populaarseks ka seda laadi sotsiaalvõrgu veebilehed, mille põhi eesmärgiks on aidata kasutajal leida uusi sõpru (Denis Howe 2010).

2.1 Sotsiaalse võrgu kategooriad

Samuti nagu onlain mängud jagunevad ka sotsiaalvõrgustikud erinevatesse gruppidesse (Dube R.)

- **Informatiivne**

Informatiivsed keskkonnad on ülesehitatud inimeste poolt, kes otsivad vastuseid igapäeva probleemidele. Sellistes sotsiaalvõrkudes on tihti kasutatud „kuidas“ ehk „*how-to*“ informatsiooni vorm, ja soovitus artikkelid, mis on kirjutatud oma ala professionaalide poolt.

- **Professionaalne**

Professionaalsed sotsiaalvõrgud on mõeldud selleks, et aidata isikul jõuda edasi enda karjääris või mõne tööstuse siseselt. Näiteks kui isik töötab mõnes ettevõttes, kus pakutakse inimestele mingit teenust, siis selliseks professionaalseks sotsiaalvõrguks võib olla mõne foorumi taoline veebileht, kus teenuse kasutajad saavad küsida neid huvitavaid küsimusi antud teenuse kohta ning isik, kes seal töötab saab vastata neile antud küsimustele.

- **Akadeemiline**

Akadeemilised sotsiaalvõrgud on rohkem pühendatud teadusele ja selle arengule. Sellises keskkonnas saavad inimesed koostöö tulemusena leida probleemidele vastuseid ja lahendusi. Sotsiaalsed võrgud on väga kasulikud teadlaste ühiste uuringute jaoks.

- **Haridus**

Haridus sotsiaalvõrgud on koht, kus õpilased ühinevad teiste õpilastega, õpetajatega, et leida abi nende projektidega, uuringutega ja koolitöödega. Praegu on selliste sotsiaalvõrkude populaarsus väga kasvanud haridussüsteemi siseselt.

- **Hobid**

Üks peamisi põhjusi, miks inimesed kasutavad tänapäeval interneti, on enda jaoks huvitavate projektide ja teemade kohta info saamine. Juhul kui inimene leiab veebilehe, mis on seotud tema hobiga, siis hiljem avastab ta, et selle lehe taga on olemas terve kogukond inimesi üle kogu maailma, kes jagavad tema huvi. See ongi sotsiaalvõrkude tuumaks ja see on ka põhjuseks, miks suurem osa sotsiaalvõrkudest on pühendatud hobidele.

2.2 Sotsiaalsete võrkude lühiajalugu

Esimesed viited sotsiaalvõrgule olid aastal 1997, kui ettevõtte nimega *Sixdegrees.com* pakkus esimest korda oma kasutajatele profiili loomise ja hiljem profiilile sõprade lisamise võimalust ning läbi selle listis olevate sõpradega suhtlemist. Kuid ettevõttel ei läinud nii hästi ning see pandi kinni kolm aastat hiljem. Selle põhjuseks oli see, et interneti kasutajad polnud loonud piisavalt enda jaoks sotsiaalseid võrke ja sellepärast sellisest teenusest polnud neile eriti kasu (Michael Simon 2009).

Sotsiaalse võrgu põhimõtteid arendati erinevates keskkondades. Näiteks tutvumis veebilehtedel pidi kasutaja enne looma endale konto, et tal oleks võimalus teistega suhelda. Samamoodi mõned keskkonnad sidusid kasutajaid nende koolide järgi, kuid neid nimekirju ei saanud jagada teistega.

1999. aastal loodi LiveJournal. See oli mõeldud päevikute jagamiseks. 2001. aastal *Cyworld* nimeline ettevõtte lisas sinna mõned sotsiaalvõrgu elemendid. Samal aastal jätkas arengut Soome ettevõtte Lunar Storm. Nad lisasid sinna veel päeviku lehti ja sõprade nimekirju.

Samal ajal tõusis esile Ryze.com, mille eesmärgiks oli kõikide San Francisco ärimeeste ühendamine ühes keskkonnas. Hiljem kerkisid ka teised sarnaste funktsioonidega veebilehed nagu Friendster,

LinkedIn ja Tribe.net. Praeguseks on sotsiaalvõrkude arv tunduvalt kasvanud, neid kõiki ära nimetada on lihtsalt võimatu. Kuulsamad nendest on MySpace, Facebook ja Friendster.

2.3 Kasutajate mitmekesisus

Sotsiaalvõrkude kasutajate ringkond on täiesti piiramatult. Sotsiaalvõrke on tänapäevaks nii palju ja sellepärast on täiesti võimatu leida miinimum ja maksimum vanust kasutajate seast. Kõik oleneb antud sotsiaalvõrgu teemast. Näiteks kui tegemist on mõne sõprade leidmise sotsiaalvõrguga siis seal võib leida inimesi kõikidest vanustegruppidest. Heites pilk mõnele akadeemilisele sotsiaalvõrgule siis suurem tõenäosus on, et seda kasutavad pigem vanemad inimesed kui nooremad, kuid see ei tähenda, et seal pole nooremat kontingenti.

2.4 Funktsionaalus

Sama moodi nagu onlain mängudega on võimatu kirjeldada kogu funktsionaalsust, mida kõik sotsiaalvõrgu veebilehed kasutavad. Küll aga saab nimetada peamised funktsioonid, mida selline leht peab täitma, et tal oleksid sotsiaalvõrgu omadused.

Kasutaja profiili loomine on siin kohal kõige tähtsam. Profiilis peab kasutajal olema võimalus anda täpsemat informatsiooni enda kohta, lisada pilti, kirjeldada huvisid jms.

Peab olema võimalus kuidas end siduda teiste kasutajatega, kas siis millegi alusel (näiteks hobid, elukoht) või et kasutajal endal oleks võimalus end siduda mingi teise kasutajaga.

Järgnevalt põhifunktsioonidest, mis on tänapäevaks muutunud standardseteks sotsiaalvõrgustiku veebilehtede jaoks.

Peab olema võimalus suhtlemiseks teiste kasutajatega, kas kirjade või mõne muu meetodi abil (näiteks *chat*).

Oma sõprade uuenduste oleks mugavamaks jälgimiseks, peab olema mingi moodus kuidas, kasutaja saab teavet, kui mõni ta sõber on midagi lisanud või muutnud enda profiilis. Samuti praegu juba tavapäraseks saanud on piltide lisamine albumitesse. Sotsiaalvõrkudes, mis on rohkem suunatud kirjasõnale, peab olema blogi taoline funktsioon, kus kasutaja saab avaldada enda mõtteid, ning teised kasutajad saavad neid hiljem kommenteerida. (Social 2008)

3. Võrdlus Perfect World International (PWI) ja Facebook vahel

Sotsiaalse võrgu poolt osutus valikuks *Facebook*, kuna see on tänapäeval üks populaarsemaid sotsiaalseid võrke maailmas. Praegu on seal üle 800 miljoni aktiivse kasutaja. Ülemaailmne populaarsus on toetatud ka selle poolt, et praegu on *Facebook* kätte saadav 70 keeles (Statistika 2011). (Selleks et tagada *Facebook*'i kasutaja andmete anonüümsust on kasutaja pilt ja sõprade nimekiri tehtud loetamatuteks.)

Valitud onlain mänguks osutus *Perfect World International* ehk lühidalt PWI (Perfect 2011). Mäng oli valitud mitme kriteeriumi järgi. Esiteks selles peab olema mänguline osa, kus kasutaja peab täitma mingeid ülesandeid, et jõuda edasi virtuaalses maailmas ja teenima seal mingisuguseid punkte. Teiseks, virtuaalses mängumaailmas peab olema piisavalt interaktsiooni teiste kasutajatega. Kolmandaks, tegelase loomisel mängus peab olema väga põhjalik tegelase kohandamise võimalus. Neljandaks, mäng peab olema tasuta kättesaadav.

Võrdluses vaadatakse nelja aspekti mõlemas meediumis.

- Kasutajaliides
Võrreldakse üldist meediumite välja nägemist.
- Funktsionaalsus
Võrreldakse eelnevalt kirjeldatud põhilisi funktsioone, eeskätt sotsiaalvõrgu veebilehe vaatenurgast.
- Kasutajate mitmekesisus
Võrreldakse antud meediumide kasutajate keskmist vanust.
- Interaktsioon
Võrreldakse seda, kuidas toimub interaktsioon nii ühes kui teises keskkonnas.

3.1 Kasutajaliides

Logides sisse *Facebook*'i üleval vasakus nurgas näeb kasutaja esimese asjana oma profiili pilti ja nime ([Joonis 1.](#)). Sarnane vaade avaneb ka mängu kasutajale, üleval vasakus nurgas on tema tegelase näo pilt ning tema nimi (mängus on tegelase nimeks pandud "seminaritoo") ([Joonis 2.](#)).



LEMMIKUD



Joonis 1. Facebook'i vasak ülemine nurk.



Joonis 2. PWI vasak ülemine nurk.

Facebook'i ülemises paremas nurgas on näha kasutaja kontosisese navigatsiooni menüüd ([Joonis 3.](#)). Mängus sarnase põhimõttega menüü on vaikimisi all paremas nurgas ([Joonis 4.](#)), kuid on võimalus seda lohistada mugavuse mõttes ükskõik kuhu kasutajaliidese sees.

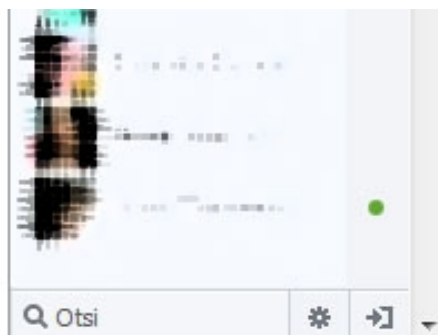


Joonis 3. Facebook'i ülemine parem .



Joonis 4. PWI navigatsiooni menüü.

All paremas nurgas *Facebook*'i lehel on näha *chat*'i ala enda sätete menüüga ([Joonis 5](#)). PWI's antud väli on all vasakus nurgas ([Joonis 6](#)).



Joonis 5. Facebook'i chat'i ala.



Joonis 6. PWI alumine vasak külg, chat koos sätetega.

Ülejäänud *Facebook*'i ala on jaotatud erinevate mooduste vahel, mille abil kasutaja suhtleb antud keskkonnaga ja selle kasutajatega. Sama võib näha ka PWI's. Seal on selleks kolmemõõtmeline maailm, mida kasutaja saab mõjutada enda tegevustega ning, kus ta saab liikuda ringi. Tuleb märkida, et kui mängus on virtuaalne 3D maailm, siis veebilehel on see samamoodi maailm, kuid see on esitatud kasutaja jaoks tekstina.

3.2 Funktsionaalsus

Tänapäeval peaaegu kõikidel sotsiaalvõrgu veebilehtel on olemas võimalus laadida üles enda foto ehk profiili pilt, mis oleks nähtav kõigile. Just enda foto ülesse panemine teeb iga kasutaja profiili unikaalseks. Sama käib ka *Facebook*'i kohta. PWI on saanud üheks esimeseks mänguks, mis lubab kasutajal valida sugu ja muuta oma mängutegelase nägu ja keha nii, et see oleks täiesti sarnane kasutaja enda näoga ja kehaga. Kasutajal on võimalus muuta kõike alustades silmavärvist ([Joonis 7](#)) ja lõpetades tegelase keha proportsioonidega ([Joonis 8](#)).



Joonis 7. Tegelase silma, juukse, naha värvi muutmise menüü



Joonis 8. Tegelase keha proportsioonide muutmise menüü.

Nii *Facebook*'is kui ka *PWI*'s on kasutajal võimalus vaadata oma profiili. Kuigi *PWI* (Joonis 10.) profiili akent võib lugeda pigem mängutegelase staatuse aknaks, on näha et selles on olemas sisu poolest *Facebook*'iga (Joonis 9.) väga sarnaseid infoväljasid. Mõlemas võib näha järgmisi sarnaseid infoväljasid: profiili pilt, kasutajanimi, kellega on kasutaja suhtes (*PWI* korral *spouse*), töökoht/amet (on nähtav *Facebook*'is siis kui kasutaja ise on selle määranud, *PWI*'s aga valitakse tegelase amet (mõndades mängudes on selleks *profession* teistest *class*) tegelase loomisel, mis ei vasta mängija ametile reaalelus. (Antud näites on selleks *Blademaster*).



Joonis 9. Facebook'i kasutaja profiil



Joonis 10. PWI tegelase staatuse aken

Iga Facebook'i kasutajal on võimalus näha ka teiste kasutajate profiile, mille lehed näevad sarnased välja nagu kasutaja enda omagi. Taoline võimalus on olemas ka PWI keskkonnas, kus kasutaja saab näha teiste virtuaalsete tegelaste staatusi ja varustust ([Joonis 11.](#)).



Joonis 11. PWI tegelase profiili vaatamise aken

Üheks peamiseks sotsiaalvõrgu funktsiooniks on lubada kasutaja suhelda teiste kasutajatega. Selleks on Facebook'is ka mitu võimalust. Esiteks tava kirja ehk sõnumi saatmine ([Joonis 12.](#)) ja teiseks *chat* ([Joonis 5.](#)). Eraldi suhtlus võimaluseks võib lugeda võimalust postitada erinevaid teateid üksteise seintele ja nende teadete kommenteerimine.

PWI omab kahte sarnast suhtlus meetodit: *chat* ([Joonis 6.](#)) ja kirjade saatmine ([Joonis 13.](#)). PWI chat on vaikumisi jagatud üheksaks osaks, mida kasutatakse selleks, et piirata kasutajatekond, kes saavad kätte sisestatud teate (näiteks: müügi ja ostu sõnumite saatmiseks on eraldi järjehoidja *trade*).



Joonis 12. Sõnumi saatmine Facebook'is



Joonis 13. Sõnumi saatmine PWI's

Mõlemas meediumis on olemas ka abikeskused, kus kirjeldatakse peamiste funktsioonide kasutamist ja oma konto haldamist ([Joonis 14.](#) [Joonis 15.](#)).



Joonis 14. Facebook'i abikeskus



Joonis 15. PWI abikeskus

Eraldi tuleks ära märkida ka seda, et mõlemas keskkonnas on võimalik gruppeerida kasutajad kellega kasutaja suhtleb. Ning sama moodi ka võimalus piirata teistel kasutajatel endaga suhelda.

3.3 Kasutajate mitmekesisus

Kahtlemata nii *Facebook*'i kui ka PWI kasutajate ringkond on väga lai. 2010 aasta statistika järgi *Facebook*'i kasutajate keskmiseks vanuseks oli 38 aastat (Pingdom 2010). Praeguseks aastaks võib see arv olla kahanenud umbes 1 võrra kuna *Facebook*'i populaarsus tõusis nooremate inimeste seas (Ken Burbary 2011).

Tüüpilise arvutimänguri keskmiseks vanuseks on 37 aastat (Matt Warman 2011). Läbi viidud küsitluses selgus et PWI puhul selleks arvuks on 32 aastat (*What* 2011). Kuigi on olemas nähtav vahe, on antud vanuste arvud üpris lähedal üksteisele (vanuste erinevus võib tuleneda ka sellest, et kogutud andmed väljendavad väga üldist informatsiooni). Mainimata ei tohiks jäta seda, et suur tähtsus on mängu teemal, s.t. millisele auditooriumile on see mõeldud.

3.4 Ettepanekud sotsiaalvõrkude ja onlain mängude muutmiseks

Mitte miski pole ideaalne ja alati on võimalus teha juba olemas olevat veel paremaks. Eelnevates võrdluse sammudes tuli välja nii mõnigi sarnasus *Facebook*'i ja PWI vahel, kuid rääkimata tehnoloogilistest lahendustest erinevustest on need meediumid kasutaja jaoks väga erinevalt vastuvõetavad.

Mis teeb onlain mängu nagu PWI nii populaarseks inimeste seas? Selleks on otsekohene mängu poolne vastus mänguri tegevustele. Mängija näeb kuidas areneb ta tegelane ja seda kuidas oma tegevustega ta mõjutab enda ümber olevat maailma. Tänu sellisele sügavale pühendumusele mängurid kulutavad palju rohkem aega PWI'le kui *Facebook*'is kasutajad seal ringi vaatamisele. Statistika kohaselt keskmiselt kulutab tavakasutaja päevas 14 minutit *Facebook*'i külastamisele (Ben Parr 2010). PWI mängijad aga väidavad, et kulutavad päevas vähemalt 1 tunni (ning see arv võib ulatuda kuni 12 tunnini). (*How* 2009)

Väga suur roll mängudel ning seal hulgas PWI'l on positiivse emotsiooni loomine. Kuulus mängu teoreetik Brian Sutton-Smith on öelnud, et mängimise vastandiks ei ole töö, vaid depressioon. (Mendez Grace 2010)

Mängu võib samamoodi lugeda tööks. Ainuke erinevus on selles, et igapäeva töödel ei pruugi olla kindlat sihti ega viisi kuidas selleni jõuda. PWI's ja ka teistes mängudes on olemas kindel viis kuidas oma sihini jõuda. Peale sihile jõudmist tuleb kindel vastukaja virtuaalses maailmas läbitud tegevusest. Igapäevatoos tihti inimesed ei näegi tulemust millele nad on panustanud (Jane McGonigal 2011).

Mängudel on alati olemas mingi siht, mille poole püüelda, mida saavutada, ning selleks, et sinna jõuda peab mängija läbima mingeid ülesandeid. Sama käib ka PWI kohta. Tihti need ülesanded on liiga rasked et läbida neid üksi ja selleks tuleb otsida endale kaaslast virtuaalsest maailmas. See aga aitab tutvuda uute inimestega, kes jagavad sama huvi (antud näites mängu ülesande täitmine). See viib uute sõpradeni ehk oma sotsiaalvõrgustikku suurendamiseni.

Kahjuks sellist lähenemist on vähe proovitud sotsiaalsete võrkudega. *Facebook* on minu meelest väga hea keskkond, kus võib luua mingi moodus, kuidas läbi seina postituste, sõpradega suhtlemise, piltide üleslaadimise, kommenteerimiste jne saaks arendada enda kasutajat. Samas võiks leida mooduse kuidas panna inimesed *Facebook*'is tööle nii, et nad lahendaksid neile huvitavaid probleeme ja mis paneks nad neid probleeme lahendama koos. Ning hiljem kui vastus leitud, saaksid seda näha ka teised *Facebook*'i kasutajad profiili lehelt või kasutaja seinalt.

Teiselt poolt Facebook on näidanud, kuidas saab lihtsalt ja kiirelt jagada infot sõpradega nimelt seintele postitamise. Seda võiks rakendada PWI's. Hetkel on mängus olemas ainult võimalus interaktsiooniks virtuaalse tegelasega ehk kõik tegevused on suunatud tegelasele mitte mängijale ise. Mängija isikliku info virtuaal tegelasega sidumisel muudaks see kogu mängu palju isiklikumaks kogemuseks. Mängijad vaataksid siis mitte ainult tegelaste omadusi vaid ka inimeste omi, kes juhivad antud tegelasi.

Kokkuvõte

Käesoleva seminaritöö eesmärgiks oli läbi kahe meediumi võrdluse näidata nende sarnaseid jooni (antud töö on pühendatud sotsiaalvõrgu veebipõhisele lahendusele, selle tulemusena pööratakse vähem tähelepanu sotsiaalvõrkudele) ning pakkuda enda poolseid ettepanekuid mõlemates meediumi kasutaja suurema pühendumuse ja kaasatuse saavutamiseks. Selleks tuli autoril valida välja mõlemast meediumi liigist üks näide, mida hiljem autor võrdleb. Sotsiaalvõrgu poolt osutus valituks *Facebook* ja onlain mängude esinajaks *Perfect World International*. Nii mängu kui ka sotsiaalvõrgu valimise kriteeriumid on kirjeldatud peatüki, “3 Võrdlus Perfect World International (PWI) ja Facebook vahel”, alguses. Võrdluse käigus leidis autor kasutajaliideses ja selle funktsionaalsustest 5 suuremat ja tähtsamat sarnasust:

- Kasutaja üldinfo nurk.
- Navigatsiooni menüü.
- Suhtlusvõimalus (ehk *chat*).
- Kasutaja profiili leht, mängu puhul tegelase staatuse aken.
- Võimalus kirjade saatmiseks teistele kasutajatele.

Lisaks leidis autor veel nii mõnegi sarnasuse.

Samuti pakub autor endapoolseid ettepanekuid, kuidas võib muuta antud meediumeid kasutajatele huvitavamaks.

- PWI puhul lisada neile moodus, kus kasutaja saaaks lisada enda isikliku informatsiooni, et jagada seda teiste virtuaal maailma tegelastega.
- *Facebook*'i puhul teha kogu veebikeskkond mängulisemaks ehk lisada moodust, mis lubaks kasutajal saada punkte läbi interaktsioonide *Facebook*'i keskkonnas. Autori arvates suureneks tänu sellisele innovatsioonile kasutaja kaasatus *Facebook*'i keskkonnas.

Töö edasiarendamise võimalustena näeb autor üht suunda, mida mööda liikuda, et oleks võimalik edukamalt integreerida üks meedium teisesse. Nimelt, tuleb uurida millised on nende meediumite mõjud inimestele ja nende arengule ja kas nende vahel on sarnaseid jooni. Tuleb leida millised tehniliste lahenduste osad toovad välja inimestes positiivseid emotsioone, et neid oleks lihtsam ja tõhusam edasi arendada.

Kasutatud kirjandus

Burbary K. (07. märts 2011). *Facebook Demographics Revisited*. URL <http://www.kenburbary.com/2011/03/facebook-demographics-revisited-2011-statistics-2/> (viimati külastatud 01. november 2011)

Dube R. *What Types of Social Networks Exist*. URL http://socialnetworking.lovetoknow.com/What_Types_of_Social_Networks_Exist (viimati külastatud 25. oktoober 2011)

Growcott M. (2011). *History of MMO Games*. URL <http://www.devilsmmo.com/blog/history-mmo-games-part-i> , <http://www.devilsmmo.com/blog/history-mmo-games-part-ii> (viimati külastatud 01. november 2011)

Howe D. (2010). *Social Network Definition*. URL <http://dictionary.reference.com/browse/social+network> (viimati külastatud 01. november 2011)

McGonigal J. (2011). *Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*. London: Jonathan Cape. 28-29.

Mendez G. (september 2010). *The opposite of play is not work. It's deression*. URL <http://coachedbygrace.com/2010/09/the-opposite-of-play-is-not-work-its-depression-brian-sutton-smith/> (viimati külastatud 02. november 2011)

Kizziewfknudson. *5 Types of Online Games*. URL <http://www.articledashboard.com/Article/5-Types-of-Online-Games/989160> (viimati külastatud 25. oktoober 2011)

Michael K. (24. Mai 2010). *The First MMORPG - The Early History of the Gerne*. URL <http://mmohuts.com/editorials/the-first-mmorpg> (viimati külastatud 01. november 2011)

Parr B. (17 veebruar). *Facebook Is the Web's Ultimate Timesink*. URL <http://mashable.com/2010/02/16/facebook-nielsen-stats/> (viimati külastatud 01. november 2011)

Perfect World International. URL <http://pwi.perfectworld.com/> (viimati külastatud 25. oktoober 2011)

Pingdom. (16. veebruar 2010). *Study: Ages of social network users*. URL <http://royal.pingdom.com/2010/02/16/study-ages-of-social-network-users/> (viimati külastatud 01. november 2011)

Simon M. (14. detsember 2009). *The Complite History of Social Networking*. URL http://www.maclife.com/article/feature/complete_history_social_networking_cbbs_twitter (viimati külastatud 25. oktober 2011)

Statistika. URL <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (viimati külastatud 25. oktober 2011)

Woolley D.(1994). *PLATO: The Emergence of Online Community*. URL <http://thinkofit.com/plato/dwplato.htm> (viimati külastatud 01. november 2011)

Whiite. (07. oktoober 2009). *How long do you play a day?*. URL <http://pwi-forum.perfectworld.com/showthread.php?t=462962> (viimati külastatud 04. november 2011)

(25. oktoober 2011). *What is your age?*. URL <http://pwi-forum.perfectworld.com/showthread.php?t=1215261> (viimati külastatud 03. november 2011)

Yee N. (17. oktoober 2005). *In Their Own Words*. URL <http://www.nickyee.com/daedalus/archives/001470.php?page=1> (viimati külastatud 25. oktober 2011)

ZuluZulu. *Social Networking sites are differiated through their base functions*. URL <http://zuluzulu.wordpress.com/2008/02/22/how-social-networking-websites-differ/> (viimati külastatud 01. november 2011)