

HAVAS HELSINKI

*Emma Koukonen*

# METAVERSUMI

# MIKÄ IHMEEN METAVERSUMI?

**Metaversumi = 3D-virtuaalimaailmojen suuri, yhtenäinen verkosto, jossa käyttäjät voivat olla vuorovaikutuksessa muiden käyttäjien kanssa tietokoneella luodussa ympäristössä, joka sijaitsee internetissä.**

**Virtuaalitodellisuus = tietokonetekniikalla luotu simuloitu ympäristö.**

**Lisätty todellisuus = paranneltu versio fyysisestä oikeasta maailmasta, jossa käyttäjät saavuttavat todellisuuden tunteen aistiärsykkeiden kautta esim. digitaalisten visuaalisten elementtien tai äänen kautta. Esim. Snapchat filtrit, joita voi käyttää reaaliajassa voidaan nähdä lisättynä todellisuutena.**

**Web 3.0 = tulevaisuuden Internet**

**M**etaversumi on puhuttanut ihmisiä kansainvälisesti jo muutaman vuoden. Havaksen tekemän Prosumer-tutkimuksen mukaan jo 72 prosenttia tutkimukseen osallistuneista suomalaisista kuluttajista on kuullut metaversumista tai pelialustoista, kuten Fortnite, Roblox sekä Minecraft.

Metaversumilla käsitteenä ei ole vain yhtä tarkkaa määritelmää, ja termillä voidaan tarkoittaa montaa eri asiaa. Usein metaversumilla tarkoitetaan kuitenkin digitaalisen ja fyysisen maailman yhdistymistä tulevaisuuden internetissä. Termi tulee sanoista meta ja universumi. Sana meta tarkoittaa rajat ylittävää, ja universumiin yhdistettynä

voidaan ajatella sen tarkoittavan universumia ilman rajoja. Metaversumiin voidaan katsoa sisältyvän sekä lisätty todellisuus että virtuaalitodellisuus. Lisätty todellisuus (AR) lisää virtuaalista sisältöä fyysiseen maailmaan. Se näyttäytyy meille esimerkiksi Snapchatissa, jossa käyttäjät voivat reaaliajassa muuttaa omaa ulkonäköään filttareiden avulla. Tai Pokemon Go -pelissä, jossa käyttäjät etsivät Pokemoneja fyysisestä maailmasta älypuhelimensa avulla. Virtuaalitodellisuus puolestaan ei ole samalla tavalla yhteydessä fyysiseen maailmaan, vaan tapahtuu kokonaan virtuaalimaailmassa.

**M**etaversumia voi olla vaikea jäsenellä ja hahmottaa, sillä siihen liittyy paljon erilaisia käsitteitä ja konsepteja, joiden ymmärtäminen saattaa tuntua hankalalta ensilukemalta.

Metaversumin perusidea on kuitenkin yksinkertainen. Metaversumin tavoitteena on digitaalinen ympäristö, jossa voi olla läsnä muiden käyttäjien kanssa. Siinä missä nykyisessä internetissä nettiä luetaan näytöltä, tulevaisuuden internetissä voidaan mennä metaversumin ”sisään”. Internetin sisään meneminen vaatii käyttäjältä VR-lasit, jotka päähän laitettaessa käyttäjän ympärillä aukeaa 360-asteinen 3D-virtuaalimaailma, jossa käyttäjä on osana kokonaisuutta. Esimerkiksi VR-lasit päällä käyttäjä voisi Google Maps Street view -toiminnon avulla vieraila virtuaalisesti missä tahansa maa-

ilman kolkassa, sen sijaan että tarkastelee näkymää tietokoneen ruudulta. Tai sen sijaan, että vastaisi ystävän lähettämään tekstiviestiin, käyttäjät voivat tavata metaversumissa ja käydä keskustelua kasvokkain avatareidensa välityksellä. Metaversumi siis mahdollistaa täysin uudenlaisen internetkokemuksen ja paremman läsnäolon muiden käyttäjien kanssa kuin nykyinen internet, koska ulkopuolelta lukemisen sijaan käyttäjä on ikään kuin sisällä metaversumissa ja osallistuu siihen sisäpuolelta.

**V**aikka metaversumista kuullaan usein puhuttavan internetin tulevaisuutena, on tärkeää kuitenkin ymmärtää, että metaversumin ei ole tarkoitus tulla korvaamaan internetiä. Metaversumi ei siis ole Web. 3.0 eli tulevaisuuden internet, mutta

tarvitsee sitä toimiakseen. Metaversumi on osa tulevaisuuden internetiä, ja yksi niistä asioista, joita Web 3.0 tulee mahdollistamaan entistä nopeamman yhteyden ja kehittyneemmän teknologian avulla. Web 3.0 sen sijaan voidaan toteuttaa ilman digitaalisen metaversumin syntymistä.

**P**elaaminen tulee usein esille, kun metaversumista on puhe ja metaversumi sekä pelaaminen usein sotkeutuvat toisiinsa. Pelejä ei kuitenkaan voida laskea metaversumiin vaikka niissä on paljon samaa ja ne sisältävät jopa metaversumin osia. Pelit kuten Fortnite, Roblox ja Minecraft sisältävät paljon metaversumin ominaisuuksia, mutta olennaisin ero näiden pelien ja metaversumin välillä on se, että pelit ovat toisistaan irrallisia ja asioita voi vain harvoin siirtää

pelistä toiseen, joitain poikkeuksia lukuunottamatta. Pelejä voidaan kuitenkin pitää metaversumin edelläkävijöinä ja suunnan näyttäjinä. Metaversumin visio on luoda yhtenäinen maailma, jossa kaikki tapahtuisi samassa universumissa ja universumin olemassaolo jatkuu yhä, vaikka käyttäjä poistuu sieltä.

# METAVERSUMIN HYVÄT PUOLET?

**M**itkä ovat sitten metaversumin hyviä puolia? Yksi metaversumin parhaita puolia on se, mitä kaikkea se yhdistettynä Web 3.0:aan voi avata ihmisille. Havaksen Prosumer-tutkimuksessa selvisi, että jopa 50 prosenttia tutkimukseen osallistuneista suomalaisista kuluttajista näki sosiaalisen kanssakäymisen metaversumissa ja pelialustoilla positiivisena mahdollisuutena nuorille oppia ja kehittää uusia kykyjä. Tulevaisuuden internet tulee mahdollistamaan käyttäjien yhteen tuomisen maailmanlaajuisesti vielä nykyistäkin tiiviimmin, ja sitä voidaan käyttää lähes kaikilla toimialoilla terveydenhuollosta ja lääketieteen tekniikasta sotilas- ja

puolustusteollisuuteen, tarjoten eri toimialoille laajan valikoiman uusia mahdollisuuksia ja työkaluja. Sen lisäksi, että metaversumi voi tarjota meille laajan kirjon mahdollisuuksia työmaailmassa, tarjoaa se myös esimerkiksi nuorille mahdollisuuden oppia ja kehittää uusia kykyjä virtuaalimaailmassa.

**M**etaversumi tarjoaa myös brändeille täysin uudenlaisia mahdollisuuksia markkinoinnin saralla. Metaversumilla on hyvät mahdollisuudet uudistaa digitaalisen markkinoinnin maise-  
maa. Tällä hetkellä markkinoijilla on mahdollisuus kokeilla mitä markkinointi voisi olla metaver-

sumissa, videopelien ja AR/VR:n kautta, jotka voidaan nähdä metaversumien esiasteina. Havaksen Prosumer-tutkimuksessa selvisi, että kuluttajat näkivät pelialustat hyvänä mahdollisuutena brändeille tuottaa lisäarvoa kuluttajille mm. palkitsemalla käyttäjien aktiivisuuden tai palkitsemalla käyttäjien saavutukset rahallisesti tai ilmaisilla tuotteilla. Joitain tuttuja brändejä onkin jo nähty pelimaailmassa, kuten Gucci joka avasi virtuaalisen myymälän Robloxiin. Pelialustat ja metaversumi tarjoavat siis uudenlaisen alustan brändeille, joka aluevaltauksena voi olla hyvinkin kannattava yrityksille. Tekniikan kehittyessä metaversumi tulee olemaan en-

tistä saavutettavampi suuremmalle määrälle kuluttajia, kun kehittäjät kuten Meta, Snapchat ja Samsung julkaisevat parempia sekä edullisempia VR-laseja/kuulokkeita. Markkinoijalle avautuu entistä enemmän keinoja hyödyntää metaversumin teknologisia ominaisuuksia, kun Fortniten kaltaiset pelit esittelevät uusia virtuaalituloja, joiden keskiössä ei ole pelkästään pelaaminen. Prosumerit olivat tutkimuksen mukaan kiinnostuneita brändien tuottamasta eksklusiivisesta sisällöstä pelialustoilla ja metaversessa, sekä kokivat metaversumin potentiaalisena alustana brändeille.

**M**etaversumi kuulostaa vaikuttavalta sekä kai-  
kenkattavalta ja se tar-  
joaa ehdottomasti paljon hienoja  
mahdollisuuksia. Kuitenkin myös  
mahdollisia ongelmia on ilmen-  
nyt, vaikka metaversumi on vasta  
alkutekijöissään, eikä edes vielä  
käytössä. Yksi keskeisimmistä  
ongelmista on metaversumin  
vaatima laitteisto. Metaversumi on  
riippuvainen VR-laseista. Tämän  
päivän VR-lasit saavat kehittyä  
vielä paljon, jotta ne ovat tulevai-  
suudessa tarpeeksi kevyitä ja vai-  
vattomasti mukana kannettavia.  
Myös suorituskyvyn tulee olla kor-  
keatasoinen, jotta käyttökokemus  
on realistinen ja laadukas. Voidak-  
seen olla osana metaversumia ja  
sen kehitystä, täytyy käyttäjien  
pysyä digitalisoitumisen perässä  
ja ymmärtää metaversumin vaa-  
timia laitteita ja niiden käyttöä.  
Prosumer-tutkimuksen mukaan  
60 prosenttia suomalaisista kulut-

tajista olivat huolissaan tästä, ja  
pelkäävät jäävänsä ulkopuolelle  
metaversumista riittämättömien  
digitaalisten taitojensa takia.

**D**ata ja käyttäjien yksityisyys  
ovat toinen ongelmakohta,  
joka saattaa herättää kysy-  
myksiä ja pelkoa käyttäjissä. Me-  
taversumi tulee keräämään dataa  
enemmän kuin käytössä olevat  
palvelut. Sen lisäksi että käyttäjis-  
tä kerätään muun muassa sähkö-  
postiosoitteet, on todennäköistä,  
että metaversumissa tullaan  
tallentamaan käyttäytymistietoa  
hyvin laajasti. Tulevaisuudessa  
joudutaan kehittämään uusia kei-  
noja yksityisyydensuojan rakenta-  
miseksi sekä henkilöllisyyden vah-  
vistamiseksi. Tietotekniikan pitää  
siis kehittää uusia tapoja, jotta  
käyttäjien henkilötiedot pysyvät  
turvassa ja yksityisinä, kun kerä-  
tyn datan määrä lisääntyy meta-  
versumissa. Datat kerääminen ja

käyttöoikeudet ovat ongelmia, jot-  
ka tulee ratkaista, jotta metaver-  
sumia voidaan käyttää turvallisesti  
suojaten ihmisten henkilötiedot.  
Myös kysymys GDPR:n sovelta-  
misesta metaversumissa herättää  
ajatuksia, sillä metaversumissa  
käyttäjät voivat olla ympäri maa-  
ilmaa, jolloin tietoturvalait voivat  
vaihdella käyttäjän sijainnin pe-  
rusteella. Miten voidaan turvata  
käyttäjän yksityisyys ja henkilötie-  
dot varmasti, jos metaversumissa  
käyttäjiä suojaavat eri lait heidän  
sijaintinsa mukaan?

**M**illoin Metaversumi sitten  
valmistuu? Tästä ei ole  
tarkkaa tietoa. Metaver-  
sumi rakentuu pikkuhiljaa, ja osia  
siihen onkin alkanut jo muodostu-  
maan. Lopullisen kokonaisuuden  
hahmottuminen ja toteutuminen  
tulee tapahtumaan ajan kanssa.  
Tarkkaa julkaisupäivää ei voida  
antaa ja uskotaankin, että meta-

versumi tulee yleistymään pikku-  
hiljaa kuten internet aikoinaan.

**H**avaksella on oma yksikkö,  
joka on erikoistunut meta-  
versumiin ja sen hyödyntä-  
miseen kaupallisesti. Jos kaipaat  
apua uusien markkinointitekno-  
gioiden käyttöönotossa, tai haluat  
päästä käsiksi kaiketi Suomen  
ensimmäiseen metaversumi-tut-  
kimukseen, ole meihin rohkeasti  
yhteydessä.

# Lähteitä:

<https://www.youtube.com/watch?v=7ODuQMkZWK8>

<https://tecci.fi/2021/12/13/mita-metaversumi-tarkoittaa/>

<https://stealthoptional.com/metaverse/metaverse-release-date-when-is-metaverse-releasing-and-how-can-i-access-the-metaverse/>

<https://www.parcl.co/blog/the-seven-layers-of-the-metaverse>

<https://medium.com/building-the-metaverse/the-metaverse-value-chain-afcf9e09e3a7>

<https://medium.com/javarevisited/how-does-metaverse-powers-the-future-of-gaming-5b97213f647>

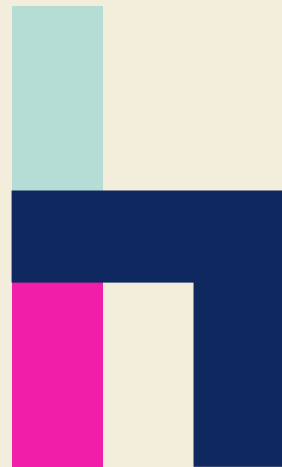
<https://medium.datadriveninvestor.com/challenges-faced-by-the-metaverse-in-becoming-a-reality-d02219d29370>

<https://venturebeat.com/datadecisionmakers/designing-the-metaverse-challenges-and-questions/>

<https://lucidrealitylabs.com/blog/7-challenges-of-the-metaverse>

<https://www.insiderintelligence.com/content/marketing-opportunities-metaverse>

<https://thenextweb.com/news/metaverse-needs-laws-protect-users-data>



havas  
helsinki