

Tartu Ülikool  
Filosoofia ja semiootika instituut  
Semiootika osakond

Saara Mägin  
MÄNGUSTAMINE: TÄHENDUSVÄLI JA KASUTUS  
Bakalaureusetöö

Juhendaja Silvi Salupere

Tartu 2016

Olen bakalaureusetöö kirjutanud iseseisvalt. Kõigile töös kasutatud teiste autorite töödele, põhimõttelistele seisukohtadele ning muudest allikaist pärinevatele andmetele on viidatud.

Autor: Saara Mägin .....

*(allkiri)*

.....

*(kuupäev)*

Luban töö kaitsmisele.

Juhendaja: Silvi Salupere .....

*(allkiri)*

.....

*(kuupäev)*

## SISUKORD

SISSEJUHATUS.....	4
1. MÄNG JA MÄNGULISUS.....	6
1.1. Huizinga mängiv inimene.....	6
1.2. Caillois mänguklassifikatsioon .....	8
1.3. Lotmani mängumudel.....	11
2. MIS ON MÄNGUSTAMINE?.....	13
2.1. Mängustamise mõiste .....	13
2.2. Üldised mängustamise reeglid/elementid.....	16
2.3. Mängustamise tuumikdraivid .....	19
2.4. Kriitika.....	22
3. MÄNG, MÄNGULISUS JA MÄNGUSTAMINE .....	24
3.1. Huizinga mängutunnused ja mängustamine .....	24
3.2. Caillois mängukarakteristikad ja mängustamine.....	25
3.3. Lotmani mängu mõiste ja mängustamine .....	29
3.4. Mängustamise kategooriad .....	30
3.5. Mängustamine – <i>gamification</i> , <i>playfication</i> või midagi muud.....	32
KOKKUVÕTE.....	35
KASUTATUD KIRJANDUS .....	37
SUMMARY.....	40

## SISSEJUHATUS

Mängustamine on viimaste aastate jooksul saanud populaarseks ideeks, mida kasutatakse kõikjal – haridusest turunduseni. Peamiselt kasutatakse mängustamise puhul definitsiooni “mängudisaini elementide kasutamine mittemängulistes kontekstides” (Deterding jt. 2011:1), mis võetakse ka käesolevas töös aluseks, millega teisi definitsioone ning lähenemisi võrrelda. Populaarseks sai mängustamise mõiste 2010. aastal, kuigi välja mõtles selle Nick Pelling juba aastal 2002 ning enne nime väljamõtlemist oli mängustamise ideed – mänguelementide kasutamist mittemängulistes kontekstides – juba kasutatud erinevates eluvaldkondades, peamiselt erinevates lojaalsusprogrammides. Mängustamise esimese näitena tuuakse välja 1896. aastal alguse saanud lojaalsete klientide postmarkidega tasustamist, mis algatati firma S&H Green Stamps poolt.

Mängustamist peetakse üldiselt toimivaks nii turunduses (Moise 2013), kui ka näiteks õpetamises (Hamari jt. 2014). Turunduses seostatakse mängustamisega enamjaolt kõikisugu auhinnamänge, lojaalsusprogramme ning erinevate märgiste (*badges*) kasutamist firmade poolt. Mängustamise mõiste laiem kasutus on seotud Jane McGonigali nimega, kes mõistab selle all mängustamise elemente, mis aitavad inimeste vajadusi rahuldada. Ta kasutab selle seletamiseks hoopis mõistet “mänguline disain”, et eristada end kõikisugusest “märgiste” kasutamisest. (McGonigal 2011).

Teine lähenemine on laiem ning selle alla võib lugeda ideed, mis tegelevad mängustamise uurimise, analüüsimise ning mõtestamisega. Nende inimeste jaoks, kes selle valdkonnaga sel viisil tegelevad, pole mängustamine vaid lojaalsusprogrammid, vaid on võimekus ning võimalus mängulisi elemente mittemängulistesse kontekstidesse sisestada. Seda võidakse tihti peale teha tavasilmale märkamatuks ning seetõttu ei osata neid lähenemisi ka “mängustamisega” siduda.

Mõlemad mängustamise suunad on huvitavad ning lisaks erinevustele evivad ka sarnasusi. Peamiseks sarnaseks tunnuseks võiks lugeda selle, et mõlemad on määratlemata ning üpris segased.

Mängustamise defineerimisel kasutatakse peamiselt Sebastian Deterdingu definitsiooni, mis aga ise on niivõrd lai, et seda võiks tegelikult kasutada kõiksuguste struktureeritud mänguliste situatsioonide puhul. Mängustamist ning teisi mängudega seotud motivatsioonilisi protsesse on uurinud ka Juho Hamari, kes on Tampere Ülikooli *Game Research Lab*'i juhtivteadur. Antud bakalaureusetöös toetutakse lisaks Deterdingule ka tema uurimustele mängustamise mõiste valdkonnas. Mängustamise laiema mõtestamise ning määratlemise puhul on oluline mitme autori koostöös valminud "Rethinking Gamification" (Fuchs jt 2004), mille lähenemine on pigem analüüsiv ning filosoofiline. Veel on olulisteks allikmaterjalideks mänguelementide piiritlemisel Deterding jt 2011, Robson jt 2014 ning Yu-Kai Chou raamat "*Actionable Gamification: Beyond Points, Badges and Leaderboards.*"

Antud bakalaureusetöö eesmärgiks on seega mängustamist piiritleda, uurida antud mõiste definitsiooni paikapidavust ning analüüsida, kuidas ning mil määral seostub mängustamine mängu (*game*) ja mängimise/mängulisusega (*play*). Neid mõisteid vaadeldakse lähtuvalt Johan Huizinga, Roger Caillois ning Juri Lotmani tekstidest ning seejärel proovitakse neid siduda mängustamise endaga.

Töö jaotub kolmeks peatükiks, millest esimene käsitleb mängu/mängulisust, teine keskendub mängustamisele endale. Pikemalt peatutakse nii tavalistel mängustamise mehhaanikatel, kui ka teistsugustel viisidel seda kasutada. Samuti tuuakse sisse kriitika mängustamise mõiste kohta. Viimane peatükk analüüsib mängustamise mõiste seotust mängu/mängimise mõistetega Huizinga, Caillois ja Lotmani teooriates. Samuti sisaldab see katset kategoriseerida erinevaid mängustamise viise.

## 1. MÄNG JA MÄNGULISUS

Eesti keeles on mäng ühtne mõiste, kuid inglise keeles on kasutusel kaks erinevat sõna, millel on ka erinevad lähenemised ning lähtekohad. Need mõisted on “*game*” ja “*play*”. Üldiselt esineb mõiste *game* seotuna just mängu endaga ning tihti seda kasutataksegi sel viisil. *Play* aga on suunatud mängimisele kui tegevusele ja eesti keeles võiks seda väljendada sõnaga „mängulisus“. Järgnevalt on vaatluse all Johan Huizinga, kes tegeleb peamiselt *play* ehk mängulise tegevuse mõtestamisega ja Roger Caillois, kes räägib konkreetsemalt ka mängudest (*game*), mänguteooriad. Callois tugineb ise Huizinga “Mängiva inimese” raamatus esitatud teooriatele, arendades neid edasi.

Veel on vaatluse all Juri Lotmani mängukäsitlus, mis suhestub mitmel moel eelnevatega, kuid toob sisse oma vaatepunkti.

### 1.1. Huizinga mängiv inimene

Huizinga defineerib mängu nii: “Mäng on vabatahtlik toiming või tegevus, mida sooritatakse teatud kindlaksmääratud aja- ja ruumipiirides, vabatahtlikult omaks võetud, kuid tingimata siduvate reeglite järgi; tema eesmärk on temas eneses ja teda saadab põnevus- ning rõõmutunne ja teadmine tema “teistsugususest” “tavalise eluga” võrreldes.” (Huizinga 2003:38-39) See lähenemine sisaldab endas just *play* mõistet, ehk mängulist tegevust. (Huizinga 2003:40)

Huizinga arvates on mängureeglid need reeglid, mis kehtivad ajutises maailmas ning millest pärismaailm on lahutatud. (Huizinga 2003:20). Seega paistab, et mängureeglid, mängumaailm ning mänguelemendid on omavahel väga tugevalt seotud.

Mängu formaalseid tunnuseid analüüsib Huizinga vaid sotsiaalset laadi mängude põhjal. (Huizinga 2003:16) Huizinga järgi on mängu esimeseks formaalseks tunnuseks see, et mäng on vaba tegevus. Pealesunnitud tegevus pole tema arvates mingisugune mäng ning mängu vaba loomuse tõttu jääb ta väljapoole looduse arengukäiku. (Huizinga 2003:16) Samuti toob ta välja selle, et täiskasvanud pole kohustatud mängima. Kui laste puhul on see justkui instinkt, mis pakub lisaks ka lõbu, siis täiskasvanute puhul võib mängust ka loobuda. Seega on mäng vabatahtlik ning pole “ülesanne” iseenesest, vaid sellega tegeletakse nii-öelda “vabal ajal”. (Huizinga 2003:17).

Teine formaalne tunnus on Huizinga arvates mängu puhul, et see toimub väljaspool “tegelikku elu”, justkui “välja astumine ajutise aktiivsuse sfääri”, kus mängus sees olevana võib antud juhul toimiv maailm tunduda kõik täpselt sama tõsiseltvõetavana kui “tegeliku elu” maailm.

Kolmandaks formaalseks tunnuseks peab Huizinga mängu piiratust ning lõpetust. Ideed, et mängul on kindlad ajalised ning ruumilised piirid ning seega saab see toimida vaid nende sees. (Huizinga 2003:18).

Tema meelest on inimmäng lausa pühaduse sfääris, sel juhul kui sel on oluline tähendus (Huizinga 2003:18). Samuti esineb mängudes tihti pingelement, mis paneb mängijad proovile (Huizinga 2003:20).

Mängureeglid on olulised, sest neist peab kinni pidama. Mängureeglitest kõrvalekaldumise puhul on tegu mängurikkumisega, mis lõhub kogu mängumaailma ning seega on see kõige raskem “kuritegu” mängumaailmas, millest tuleb lahti saada. (Huizinga 2003:21).

Üldiselt paistab Huizinga eristavat erinevaid alasid (poliitika, sport, ärimine), mis võivad küll mängulised tunduda, kuid pole päris mängud, ning mängu. Sportmängud ning sport ise, algselt kuuludes mängumaailma, on tänaseks sealt lahkunud, sisaldades endas vaid mänguelemente ning sõna “mäng” sportmängudes. Huizinga meelsus paistab olevat, et mäng ja mänguelementide kasutamine on kaks erinevat asja. Mänguelementide kasutamine ei tee asjast veel mängu, vaid teeb sellest, millegi, milles kasutati mänguelemente. (Huizinga 2003: 216)

## 1.2. Caillois mänguklassifikatsioon

Caillois jaoks on *game* ehk mäng struktureeritud tegevus, millel on kindlad reeglid. Samuti on *game* üks *play* vorme. Caillois jätkab oma raamatus “*Man, Play and Games*” Huizinga püüdlust esmalt mängulisust defineerida ning väidab, et seda on kõige parem seletada kuue põhikarakteristiku kaudu.

Esimeseks neist kuuest karakteristikust on see, et mängimine peab olema vabatahtlik tegevus. Mängimise muutumisel kohustuslikuks kaotab see oma võlu ning põhilised atraktiivsed omadused, mis inimesi mängima panevad.

Teise karakteristikuna toob Caillois välja, et mängimine peab olema eraldatud päriselust ja sel peavad olema enne mängimise algust fikseeritud ajalised ja ruumilised piirid.

Tulemuse määramatus on Caillois karakteristikute puhul kolmandal kohal ning selle all peab ta silmas seda, et mängimise käiku ei saa ette määratleda. Määramatuse alla kuulub ka see, et mängimise tulemust pole varasemalt võimalik saavutada, vaid see tekib vaid läbi mängimise enda. Samuti on oluline, et mängija saaks oma initsiatiivil mängimises mingeid muutusi või uuendusi teha. (Caillois 2001:9)

Neljandana peaks mängimise üks karakteristikuid olema mitteproduktiivsus. Antud juhul on silmas peetud, et mängimine ise ei või tekitada rikkust või vara. Omandi vahetamine aga selle alla ei kuulu ning vaid juhul kui vahetustegevuse tulemusena on mängu lõppsituatsioon mängu alguse omale sarnane, võib mängimisel vahetuskaupa teha.

Viiendaks omaduseks peab Caillois seda, et mängimist reguleerivad kindlad reeglid, mis mängimise ajaks peatavad seni kehtinud “päris maailma” seadused ja seega kehtivad mängumaailmas ainsana.

Kuuendana on välja toodud, et mängimine peaks toimima kui teesklus, mis loob uue ning eraldi oleva mängureaalsuse pärismaailma kõrvale. Autor väidab ka seda, et mängimise omadused ise on täielikult formaalsed ning ei mõjuta mängude sisu. (Caillois 2001:10)

Caillois pakub välja mängude jaotuse neljaks erinevaks kategooriaks, sõltuvalt mängu domineerivast rollist. Autor väidab sealjuures, et kõik mängu kategooriad kuuluvad mängimise/mängulisuse valdkonna alla (Caillois 2001:12), millest võiks



järeldada, et neil mängudel peaks olema ka varasemalt mängimisele omandatud karakteristikud.

Esimese mängukategooriana toob Caillois välja *agôni*, mille puhul kuulub pearoll võistlusele. Neis mängudes on võimalus vastastel kohtuda võimalikult ideaalsetes tingimustes, kus eesmärgiks on ühe omaduse põhjal ning mingis kategoorias leida võitja. See protsess toimub vaid võistlejate vahe ning teiste abistamiseta. Omaduste all peab Caillois silmas näiteks kiirust, vastupidavust, jõudu, mälu või muid taolisi jooni. *Agôni* kategooriasse kuuluvad näiteks spordivõistlused, mis võib olla nii kahe indiviidi või võistkonna vaheline, kui ka suurema osalusega võistlus. Samuti kuuluvad sellesse kategooriasse mängud, milles mänguelementidel on algul võrdsed väärtused. Viimaste alla võib näiteks tuua male, kabe või piljardi. Kõigi nende mängude puhul on õiglase vastasseisu toimimiseks oluline ka püüdlus võistlejate võrdsusele, mistõttu tihtipeale jaotatakse võistlejad klassidesse, või antakse nõrgemale vastasele eelis. (Caillois 2001:14) Siiski pole täielikku võrdsust võimalik saavutada, sest lisaks mängija oskustele, võivad olla määravaks ka kontrollitamatud elemendid. Kontrollimatuse vähendamiseks ning võrdsuse tekitamiseks kasutatakse kas loosimist või ka mängu jooksul pooltevahetust. Kuna *agôni* mängude kõige olulisemaks eesmärgiks ongi võistleja paremuse tunnustamine, siis eeldab see endas ka pidevat tähelepanu harjutamisele, töökust ning kõige enam ka võidusoovi. (Caillois 2001:15)

Teine mängukategooria on *alea*, mille puhul oluliseks on juhuse olemasolu. Selle kategooria alla kuuluvat mängude omaduseks on, et mängijal pole tulemuse üle mingit kontrolli – tal on mängus passiivne roll. *Alea* kategooria mängude alla kuuluvad seega näiteks täringumängud, kulli või kirja viskamine, loteriid ning muu sarnane. *Agôniga* võrreldes ei tunnusta *alea* mängija ei võimekust, töökust, kogemusi, vaid võit või kaotus taandubki täielikult juhusele. (Caillois 2001:17). *Agônit* võrdustab Caillois seega isikliku vastutusega, samas kui *aleat* samastab ta saatusele allumisega. Mõned mängud on ka kombinatsioonid neist kahest, nagu doomino või enamik kaardimänge. Selliste mängude puhul jagab juhuse alguses kaardid kätte ning mängija peab sel juhul tegema endast parima, et nende kaartidega võit välja mängida. (Caillois 2001:18) Kuigi *agôn* ja *alea* on üksteise vastandid, siis alluvad nad Caillois arvates mõlemad ühele ja samale seadusele, mille eesmärgiks on anda mängijatele võimalikud võrdsed

võiduvõimalused. Autor leiab, et see on üks seadustest, mida päriselus pole võimalik saavutada ning seega toimib vaid mängumaailmas.

Kolmas mängukategooria on *mimicry*. Kui eelnevate kategooriatega kaasnes pärismaailmast põgenemine ning uue maailma loomine, siis *mimicry* eesmärgiks on seevastu endast põgenemine ning kellegi teise rolli võtmine. (Caillois 2001:19) Selle kategooria alla kuuluvad kõiksugused rollimängud, kuid samuti asetab Caillois sellesse gruppi ka teatraalsed etteasted. Oluline eesmärk on selle kategooria puhul nii-öelda olla või mängida kedagi teist. Siinkohal mainib autor aga seda, et sihiks pole teiste petmine. *Mimicry*'l pole väidetavalt erilist seost *aleaga*, mille puhul mängija panus pole oluline. Samas aga seob Caillois *mimicry*'d ja *agônit* vaatemängu kaudu, sest kõik *agôni* kategooriasse kuuluvad mängud on vaatemängulised. Sealjuures omastavad aga mitte osalejad, vaid pealtvaatajad omale uued rollid. *Mimicry*'l on olemas kõik mängimise omadused, välja arvatud võimekus alluda kindlatele reeglitele. (Caillois 2001:22)

Viimane mängukategooria on Caillois arvates *ilinx*. Sinna alla kuuluvad mängud, mille eesmärgiks on saavutada peapöörituse ehk vertigo-laadne kogemus ning, mis ise koosnevad proovist viivuks oma stabiilsustaju hävitada. Selliste tegevuste või mängude näiteks on keerutavad dervišid ja Mehhiko *voladore*'d. Esimesi võrdleb autor lastemängudega ning viimaseid seob ta pigem kõrgema klassi akrobaatikaga, mis Caillois meelest moodustavadki *ilixi* kaks poolust. Lisaks peapööritusele, loeb autor selle kategooria alla ka kõiksugused teised taju muutvad ning elevust ja erutust tekitavad tegevused nagu mägironimine, kiirete autodega sõitmine, kiikumine või isegi valsi tantsimine. (Caillois 2001:23)

Lisaks mängude jaotamisele nelja kategooriasse, väidab Caillois, et kõiki mängu saab peale selle jaotada ka kahe pooluse vahel ning niiviisi jagunevad need ka igas mängukategoorias. Üks poolus on nimetatud *paidiaks* ning teine *luduseks*. (Caillois 2001:13)

*Paidia* on oma olemuselt mänguhimulisus ning selle pooluse otsas on kõige suurem osa improvisatsioonil ja rõõmul. Sinna alla kuuluvad kõiksugused mittestruktureeritud spontaansed ning rõõmu pakkuvad tegevused.

*Ludus* on aga *paidia* täielik vastand ning koosneb kindlate reeglitega struktureeritud tegevustest, mis lisaks mängule kajastavad endas ka moraalseid ja

intellektuaalseid kultuuriväärtusi ning muidugi panustavad ka nende väärtuste arengusse. (Caillois 2001:27)

Järgnevalt lisan Caillois raamatus kujutatud tabeli (vt joonis 1), mis näitab selgelt, kuidas kõik neli mängukategooriat ning kaks poolust omavahel suhestuvad. Samuti on selles näited erinevatesse kategooriatesse kuuluvatest mängudest.

	AGÔN (Võistlus)	ALEA (Võimalus)	MIMICRY (Simulatsioon)	ILINX (Vertigo)
PAIDIA Melu Agitatsioon liigne naermine lohe lennutamine Solitaire ristsõnad LUDUS	võidujooks/sõit Maadlemine Jms. poksimine, piljard, vehklemine, kabe, jalgpall, male võistlused, sport üldiselt	Mitte- reguleeritud salmikeseid kull või kiri kihlveod rulett lihtsad, kompleks- ja jätkuvad loteriid	laste algatatud illusioonimängud kull maskid, maskeerimine teater, üldised vaatemängud	lapsed keerutamas ratsutamine kiikumine valsi tantsimine volador tivolid mäesuusatamine mägironimine nööriil kõndimine

Joonis 1. Mängude klassifikatsioon (Caillois 2001: 36)

### 1.3. Lotmani mängumudel

Lotman puudutab mängu teemat eelkõige oma artiklis “Kunst modelleerivate süsteemide reas”. Mäng on Lotmani jaoks tegelikkuse erilist tüüpi mudel, mille puhul on oluline peamiselt õppimisfunktsioon. Selle all peab ta silmas, et mängu üks eesmärke on end ette valmistada reaaleluulistele sündmustele ning selle abil on võimalik tinglikult võita päriselus võitmatut vastast.

Mängu toimimiseks on oluline, et esineks nii praktiline kui ka tinglik käitumine korraga, vastupidisel juhul on tegu mängu rikkumisega. (Lotman 2006:12) Juhul kui selline kaheplaaneline käitumine kaob ja mängust jääb alles vaid praktiline käitumine,

siis võib tekkida pärismaailmas konflikt. Vastupidisel juhul aga, kui alles jääb vaid tinglik käitumine ning mängu ja reaalsuse side katkeb, siis esineb mäng “mõttetu, mittetõsise” käitumisena ning mäng kui selline kaob. (Lotman 2006:13)

Mänguline mudel, mille teke on enamasti intuiitiivne, ning selle elemendid, ei saa oma juhusliku ja määratlematu olemuse tõttu olla vaid nad ise (Lotman 2006:16). Mängu võrdluses kunstiga jõuab Lotman järeldusele, et nii mängul kui ka kunstil on psühholoogiliselt oluline roll just tänu oma võimekusele lahendusi leida. Kuigi kunstil ning mängul esineb mõlemal ühise omadusena olukorra tinglik lahenemine, siis eristab ta neid selgelt, öeldes: “Kunst ei ole mäng” ning võrdleb mängu hoopis tegevusega ja kunsti seevastu eluga. (Lotman 2006:23) Samas kasutavad aga nii kunsti looja kui ka kunstiteose vastuvõtja oma käitumises mänguelemente (Lotman 2006: 24).

Mängustamise hilisema määratlemise jaoks võib osutada oluliseks Lotmani väide, et mingi reaalse elu situatsiooni mänguks muutmisel allub see reaalsus mängu seadustele. (Lotman 2006:17) Ühel ning samal sündmusel on seega ka erinev informatsiooniväärtus elusituatsioonis, võrreldes seda mängusituatsiooniga. Mängu eesmärgiks on aga reeglite järgimine. (Lotman 2006:23)

Kui Lotmani arvates on teaduslikud mudelid tunnetusvahendid, mille eesmärgiks on inimese intellekti organiseerimine, siis mängulised mudelid organiseerivad inimese käitumist (Lotman 2006:27). Samuti väidab ta, et kuna kunstis on esitatud nii teaduslikud, kui ka mängulised mudelid, siis sellega võrreldes puudub mängul sisu ning teadusel toime. (Lotman 2006:28)

## 2. MIS ON MÄNGUSTAMINE?

Järgnevalt antakse ülevaade mängustamise mõiste kasutamisest tänapäeval, erinevatest mängustamise reeglitest ja põhielementidest. Samuti tuuakse ära kriitika, mis sellele mõistele osaks on saanud.

### 2.1. Mängustamise mõiste

Mängustamine ehk *gamification*, nagu varasemalt mainitud, on defineeritud mängudisaini elementide kasutamisenä mitemängulistest kontekstides (Deterding jt. 2011). See lähenemine on saanud üsna populaarseks (Kim 2015) ning seetõttu on kasutusel erinevatel erialadel nagu turundus (Huotari, Hamari 2012), haridus (Boskic, Hu 2015) ning ka teadus (Armstrong 2013). Ka käesolevas töös võetakse Deterdingu definitsioon domineerivaks.

Raamatu “*Rethinking Gamification*” sissejuhatuses kirjutatakse, et mängustamisele on mitu lähenemist. Esimene ning laiem lähenemisviis on üldine protsess, mille puhul loetakse mängu ning mängulisust kultuuri vajalikeks osadeks, mille näideteks on traditsioonid või tavad. Antud juhul samastati erinevaid rituaale mängude ning mängimisega. (Fuchs jt. 2014: 7) See lähenemine paistab sobivat Caillois ja Huizinga lähenemisega, sest mängu loetakse oluliseks elu juures ning mängustamist võiks lugeda suuremaks ning laiemaks fenomeniks, kui see näiteks turunduses juhul spetsiifiliselt kasutuses on.

Teine lähenemisviis on kitsam, kasutatakse peamiselt turunduses ning on saanud eriti populaarseks viimastel aastatel. (Fuchs jt. 2014: 8)

Samas, võiks öelda, et mängustamine turundusliku ning disainielemendina võiks jaguneda omakorda aga veelkord kaheks. Üheks ning laiemaks variandiks oleks viis, kuidas mänguelemente kasutada, küll peamiselt turunduses, kuid ka inimeste motiveerimisel. Nimelt on Yu-Kai Cho järgi mängustamine kunst võtta mängudest kõiksugused lõbusad ning sõltuvusttekitavad elemendid ning lisada need reaalsesse ellu või siis produktiivsetesse tegevustesse (Chou 2015a). See on eelnevast teistsugune lähenemine, ning võimalus, kuidas mängustamist kasutada moel, et see toimiks ka laiemalt, sest võtab arvesse lisaks mänguelementidele ka keskkonda, selles asuvaid inimesi ning seda, kuidas neid ühtseks mõjuvaks lahenduseks teha.

Teine variant paistab olevat just see, millega mängustamist kõige rohkem seotakse. See on kõiksuguste märgiste ja tulemustabelite tekitamine erinevatele lehekülgedele, selleks et inimesi motiveerida. Tegelikult on see aga vaid üks osa tegelikust mängustamisest, sest kasutusel on vaid mõned elemendid ning halvasti tehtud lahendusena ei pruugi sugugi efektiivselt toimida (Chou 2015b).

Chou toob välja, et mängustamine koosneb tegelikult kaheksast tuumikdraivist ning kõige olulisemateks küsimusteks selle lähenemise kasutamisel on “miks?” ja “kuidas?”. Ta mainib ka seda, et kõige olulisem on disainerite puhul soov ja teadmine, kuidas mängustamise tagajärjel inimesed end tunneksid, ehk milline võiks olla tulemus. (Chou 2015b)

Jane McGonigal aga leiab, et mängustamine on hea võimalus erinevate “päris maailma” küsimustele lahenduste ning vastuste leidmiseks ning usub, et see on meie tuleviku lähenemine – viis, kuidas maailma muuta läbi mängu (McGonigal 2011). Kuigi ta kasutab mängustamise ideed, siis tegelikult on ta sellest mõistest kaugenenu just seetõttu, et mängustamine mõiste on langenud kitsenemise ohvriks (Fuchs jt. 2014: 9).

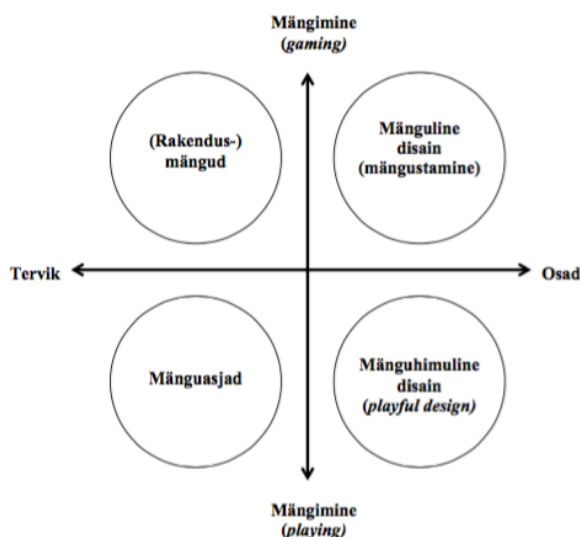
Hamari ja Huotari (2012) leiavad samuti, et praegune arusaam mängustamisest põhineb vaid süstemaatiliste mänguelementide asetamisel teenustesse. Ideel, et vaid mittemängu saab mängustada, esineb samuti puudusi. Siins kerkib probleem, kuidas on üldse võimalik mängulisust lisada mittemängulisse konteksti ilma, et mängulisus oleks mängudega seotud. Hamari ja Huotari defineerivad mängustamist järgnevalt: “Teenuse võimendamise protsess, mis kasutab mänguliste kogemuste elemente selleks, et kasutaja üldise väärtuse loomet toetada.” Sealjuures rõhutavad nad, et see definitsioon on suunatud mängustamise tulemusele. Samuti on oluline, et mängustamise definitsioon ei

põhineks mingitel kindlatel meetoditel, vaid seda võetaks laiemas protsessina, milles mängustaja soovib suurendada mänguliste kogemuste ilmumise võimalust, sellega, et immutab teenuse selleks vajaminevate omadustega. (Huotari, Hamari 2012)

Zichermann väidab aga, et mängustamine omabki erinevaid tähendusi erinevatele inimestele. Lisaks toob tema arvates mängustamine kokku kõik erinevad teemad, mis on arenenud mängudes mittemänguliste kontekstide jaoks. Mängustamise definitsioon on siin: “Mängumõtlemise ning mängumehhanismide protsess, eesmärgiga kasutajaid kaasa haarata ning probleeme lahendada”. (Zichermann 2013) Lisaks mängustamise defineerimisele määratletakse siin ka see, mis mängustamine kindlasti pole ning mida see lähenemine teha ei suuda. Mängustamise alla ei kuulu lihtsalt mingisuguste läbimõtlematute märgiste kasutamine. Samuti ei aita mängustamine iseenesest näiteks firmas esinevaid tuumprobleeme lahendada. Kõige olulisemana rõhutatakse, et mängustamine pole mängude loomine. (Zichermann, Cunningham 2011)

Nagu eelnevalt mainitud, on Deterding jt (2011) mängustamist defineerinud “mängudisaini elementide kasutamisenä mittemängulistes kontekstides”. Sealjuures tuuakse välja, et mängustamine on seotud kindlasti just mängudega, mitte mängimise ega mängulisusega, sest viimased on liiga laiad kategooriad. Lisaks eelnevale toob Deterding sisse McGonigali termini *gamefulness* (McGonigal 2011), mis eesti keelde tõlgituna võiks samuti olla mängulisus, kuigi seda siiani tõlgitud ei ole. Deterding vastandabki *gamefulnessi*, ehk antud töös edaspidi eestikeelse terminina kasutusel oleva mängulisuse, *playfulness*’iga, mille tõlkeks selguse mõttes on kasutusel mänguhimulisus. Samuti eristab ta mängustamist mängulisest disainist vaid selle kaudu, et mängustamine on disainistrateegia, samas kui mänguline disain on eesmärk. Mängustamine pole aga vaid digitaalsete mängude või digitaalsusega seotud strateegia, vaid on transmeedialine juba seetõttu, et mängud ise on seda. Lisaks mängustamise ja mänguhimulisuse eristamisele, eristab Deterdingu artikkel ka rakendusmängud ja mängustatud rakendused. Mõlemad kasutavad mänguelemente meelelahutuslike mängude väliselt, kuid rakendusmängud on terviklikud mängud, mida kasutatakse väljaspool meelelahutuslike mängude sfääri. Mängustatud rakendused omavad aga vaid mängude elemente. Siiski võib nende kahe eristamine olla keeruline ning lõplik paigutus ühte või teise gruppi võib oleneda sellest, kuidas kasutaja ise läheneb käesolevale rakendusele või mängule. (Deterding jt. 2011)

Eelneva selgitamiseks toon siinkohal Deterdingu joonise (vt joonis 2) selle kohta, kus mängustamine mängu ja mängimise vahel asub:



Joonis 2. Mängustamise asetuse (Deterding jt. 2011)

Mängustamise termini mõistmise selguse tarbeks seob ta mängustamist just mängudisainiga ning eraldab sellest mängude baasil loodud tehnoloogiad või mänguökoloogia praktikad. Samuti soovib autor kindlasti mängustamist spetsiifiliste kontekstidega mitte siduda. (samas)

## 2.2. Üldised mängustamise reeglid/elementid

Houtari ja Hamari (2012) leiavad mängustamise defineerimise juures, et tegelikult tundub, et polegi kindlaid mänguelemente, mis oleksid spetsiifilised ning unikaalsed mängude jaoks, mis ei loo ka automaatselt mängulist kogemust. Samuti leiavad autorid, et sarnaseid elemente, mida mängustamises ning mängudes kasutatakse, võib leida ka mittemängulistest kontekstides. Ja kui mängu elementid loovad mängu või mängustavad mingi süsteemi, siis kõikisugused mängustatud asjad oleksid automaatselt mängud.



Zichermann mainib aga, et tavapäraseltisemalt on mängumehhaanikana mängustamises kasutusel punktid, märgised, tasemed, edetabelid ja väljakutsed. (Zichermann, Cunningham 2011)

Deterding (2011) lähtub mängustamises kasutatavate mänguelementide määratlemisel sellest, millised on need elemendid, mis on olemas ning millel on oluline roll enamikes mängudes.

Järgnevalt toongi Deterdingu artiklis esitatud tabeli (vt joonis 3), kus on ära toodud mängudisaini elemendid konkreetsest abstraktseni koos kirjelduse ning näidetega.

Tase	Kirjeldus	Näide
Mängu kasutajaliidese disainimustrid	Levinud ning edukad suhtlusdisaini komponendid ja disainilahendused kontekstis teadaoleva probleemi lahendamiseks, sealhulgas prototüüpsed rakendused.	Märgised, edetabelid, tasemed.
Mängudisaini mustrid ja mehhaanikad	Sagedasti esinevad mängudisaini osad, mis puudutavad mängimist.	Ajapiirang, limiteeritud vahendid, korrad.
Mängudisaini põhimõtted ja heuristikud	Hinnangulised juhised disainiprobleemidele lähenemiseks või antud ideelahenduste analüüsimiseks.	Vastupidav mäng ( <i>play</i> ), selged eesmärgid, mängustiilide mitmekesisus.
Mängu mudelid	Mängukomponentide või mängukogemuse kontseptuaalsed mudelid	MDA <sup>1</sup> , väljakutse, fantaasia, uudishimu, mängudisaini aatomid, CEGE <sup>2</sup>
Mängudisaini meetodid	Mängudisainispetsiifilised tavad ja protsessid	Mängutestimine, mängimiskeskne disain, väärtusteadlik mängudisain

Joonis 3. Mängudisaini elementide tasemed (Deterding jt. 2011: 12)

Robson ja teised lähenevad oma artiklis (Robson jt. 2015) mängustamise põhimõtetele uue raamistikuga, mille nimetavad MDE raamistikuks. Lahtikirjutatuna

<sup>1</sup> MDA raamistik on formaalne lähenemine, mille eesmärk on mängu mõista ja, mis koosneb

<sup>2</sup> CEGE meetodi eesmärk on uurida videomängude kasutajakogemust (Calvillo Gamez 2009).

tähendab see, et mängustamine koosneb mehhaanikatest, dünaamikatest ning emotsioonidest. Robsoni artiklist tuleb ka välja, et mängustamise mehhaanikad on otsused, mille disainerid teevad, et tulemusi, reegleid, keskkonda, konteksti, vastastikuse mõju tüüpe ja situatsioonipiire mängustada. Need elemendid peavad olema teada enne kui mängustamise kogemus algab ning olema konstantsed. On olemas kolme liiki mehhaanikaid: häälestusmehhaanikad, reeglimehhaanikad ja edasimineku-mehhaanikad. Need mehhaanikad kanduvad edasi mängudelt ka mängustatud kogemustele.

Häälestusmehhaanikad kujundavad kogemuse keskkonda, sealhulgas tegevuspaika, objekte ning kuidas vajaminevad objektid mängijate vahel ära jaotatakse. Reeglimehhaanikad kujundavad mängustatud kogemuse kontseptsiooni ning tulemust. Samuti on nende eesmärgiks eraldada lubatud tegevused keelatud tegevustest. Reeglimehhaanikaid on mitu erinevat sorti: ettemääratud, ettemääramatud, topoloogilised, ajapõhised ja eesmärgipõhised mehhaanikad. Esimese puhul, juhul kui mängija panus on igal korral sama, on ka tulemus ühesugune. Teise puhul aga pole tulemused kunagi sama, eriti kui juhuslikkuse elemendid on seotud või mängijad võivad omavahel suhelda. Topoloogilised mehhaanikad selgitavad, mis juhtub, kui mängija mingisse kohta satub. Ajapõhised mehhaanikad loovad aga mängijale ajalisi piiranguid või muutusi. Eesmärgipõhised mehhaanikad selgitavad, millised tulemused on mingite asjaolude täitmisel.

Edasimineku mehhaanikad seletavad erinevaid instrumentitüüpe, mis on mängulisele kogemusele lisatud, et seda mõjutada. Autorid leiavad, et edasimineku mehhaanikad on mängustamise jaoks kõige olulisemad, sest nende eesmärgiks on suurendada võimalust, et mingeid kindlaid tegevusi ka tulevikus korratakse. Selle tarvis kasutatakse tihti saavutusauhindu, mille alla kuuluvad kõiksugused punktid, tulemused, tasemed. Lisaks virtuaalsetele auhindadele võib nendeks auhindadeks olla ka raha. (Robson jt. 2015) Selle näiteks võib tuua sooduskaartide soodustuse tasemed, mida on võimalik saavutada tihedalt teenust kasutades, mis hiljem toodete eest maksmisel võimaldab raha kokku hoida. Kõige võimsamaks peetakse aga sotsiaalse olulisusega autasusid, mis näitavad sotsiaalset positsiooni. Samas ei tohiks autasusid liialt palju olla, sest muidu väheneb igäühe olulisus eraldi. Mängustamise mehhaanikate

kasutamine on mängustamise puhul oluline, kuid siiski pole nad üksinda võimelised käitumist muutma.

Mängustamise dünaamikad on aga erinevad mängija käitumise tüübid, mis tulevad mängustamise kogemuses osalemisega esile. Dünaamikad on seotud mehhaanikatega selle kaudu, kuidas otsustavad mängijad disainerite valitud mehhaanikaid järgida. Dünaamikate alla kuuluvad näiteks võistluslikkus, koostöö, petmine, aga ka muud käitumisviisid. Mängustamise disainerite jaoks on seega kõige keerulisem ette ennustada ning seejärel vajalikke otsuseid vastu võtta, et millised dünaamikad mingid mehhaanikad võivad tekitada.

Mängustamise emotsioonid on Robsoni ja teiste järgi defineeritud kui vaimsed afektiseisundid ning -reaktsioonid, mis tekivad mängijates mängustamise kogemuses osalejana. Emotsioonid tekivad sellest, kuidas mängijad mehhaanikaid järgivad ning seejärel dünaamikaid loovad. Kõige olulisem on, et emotsioonid, mis mängustamisega kaasnevad oleksid lõbusad ning meeldivad, sest sarnaselt päris mängude mängijatele (Sweetser, Wyeth 2005), osalevad inimesed mängustamises juhul, kui see neile meeldib.

Autorid toovadki välja, et MDE raamistik näitab, kuidas mängustamise puhul on kõik printsiibid omavahel seotud ning väikesed muudatused ühes võivad tuua esile muutusi teistes ja seejärel luua tulemusena täiesti erisuguseid kogemusi. Lisaks eelnevale aitab see raamistik seletada, et mängustamise disainerid ning mängijad näevad mängustamise tulemusi erinevalt ning neil on läbi printsiipide võimalus üksteist mõjutada. (Robson jt. 2015)

### **2.3. Mängustamise tuumikdraivid**

Veelgi spetsiifilisemaks on viinud mängustamise lähenemise Yu-Kai Chou, kes on samuti loonud oma raamistiku, mille nimeks on "*Octalysis*". Chou leiab, et mängustamine koosneb kaheksast tuumikdraivist (*core drives*) (Chou 2015a) Tuumikdraivid on põhilised ajejõud, mis motiveerivad inimest tegema mingeid kindlaid otsuseid ning tegevusi. Samuti arvab Chou, et erinevad mängutehnikad mõjutavad

inimesi erinevalt ning on veendunud, et kui soovitud tegevuse taga pole ühtegi tuumikdraivi, siis puudub ka motivatsioon ning seetõttu ei toimu ka käitumises mingeid muutusi.

Esimeseks tuumikdraiviks leiab Chou olevat eepilise tähenduse ja kutsumuse (*Epic Meaning & Calling*). See on motivaatoriks, kui inimene usub, et tegeleb millegi endast suuremaga ning tunneb, et just tema on selleks ülesandeks valitud.

Teisena toob Chou välja arengu ja saavutuse (*Development & Accomplishment*), mis motiveerib inimesi arenema, uusi oskusi arendama ning väljakutsetega toime tulema. Siinkohal toob autor sisse ka selle, et just väljakutse on oluline, kuna märgised või auhinnad ilma väljakutseta pole tähenduslikud. Samuti väidab Chou, et selle draivi jaoks on kõige lihtsam mängustamist disainida.

Loovuse ning tagasiside mõjuvõim (*Empowerment of Creativity & Feedback*) on kolmandaks tuumikdraiviks ning see esineb juhul kui kasutajad on seotud loova protsessiga, kus tuleb pidevalt midagi uut välja mõelda. Loovale protsessile tuleb kindlasti lisada ka tagasiside, mis on oluline selleks, et mõista oma loovuse tulemusi ning vajadusel oma lähenemist muuta. Kasutajad kasutavad meelelahutamisel omaenda fantaasiat.

Neljandaks tuumikdraiviks on Chou toonud omandi ja valduse (*Ownership & Possession*). Motivatsioon ilmneb kasutajas seetõttu kuna ta tunneb, et omab või kontrollib midagi ning mislääbi tahab seda pidevalt arendada või suurendada. Antud tuumikdraivi võib siduda sooviga kõiksugust rikkust kasvatada – nii reaalselt, kui ka virtuaalselt. Samuti kui kasutaja tegeleb mingi projektiga pikemalt, siis tekib automaatselt tunne, et see projekt kuulub neile.

Viiendana toob autor välja sotsiaalse mõju ja suhestumise (*Social Influence & Relatedness*). Kõiksugused sotsiaalsed elemendid, mis inimesi motiveerivad, kuuluvad selle tuumikdraivi alla. Nendeks võib lugeda mentorluse, sotsiaalse tunnustuse ning tagasiside, seltskondlikkuse ja isegi kadeduse ning võistluslikkuse. Inimesed suhestuvad teistega, kes on mingil määral sarnased või omavad ühesuguseid huvisid ning seega on võimalik kasutajates tekitada soovi rohkem saavutada, kuna toimub omvaheline võrdlus.

Kuues tuumikdraiv on vähesus ning kannatamatus (*Scarcity & Impatience*). Seda draivi saab siduda sooviga tahta midagi haruldast või koheselt kättesaamatut.

Mitmete mängudele on lisatud pausid või piiritletud elud just seetõttu, et inimene mõtleks seeläbi pidevalt mängust ning tuleks korduvalt selle juurde tagasi. Chou toob siin näiteks ka Facebooki, mis algselt oli ainult Harvardi üliõpilastele mõeldud internetilehekülj ning kui see lõpuks laiemal avalikkuseni jõudis, soovisid mitmed inimesed sellega liituda ainult seetõttu, et nad varasemalt polnud saanud.

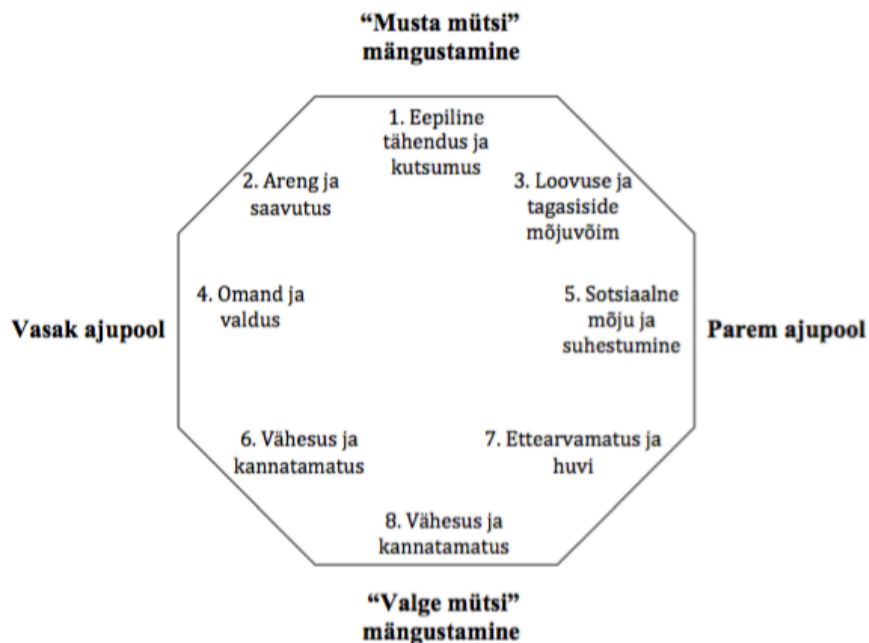
Ettearvamatus ning huvi (*Unpredictability & Curiosity*) on Chou viinud seitsmendaks tuumikdraiviks. Kasutajatel on jätkuv huvi seetõttu, et nad ei tea, mis tuleb järgmisena ning rutiinist väljumine tekitab põnevust. Chou väidab ka, et see tuumikdraiv võib olla peamiseks ka hasartmängusõltuvuse puhul.

Viimase tuumikdraivina toob autor välja kaotuse ning vältimise (*Loss & Avoidance*), mille peamine eesmärk ongi hoida negatiivset juhtumast. See draiv on toimiv ka juhul kui inimesed tajuvad, et mingid võimalused on vaid piiratud aja neile avatud ning seega ilmajäämise hirmu tõttu tehakse otsuseid kiiremini ning mõnikord ka läbimõtlemata.

Kõik eelnevalt mainitud tuumikdraivid jagab Chou omakorda vasaku ja parema ajupoolse draivideks. Autor ei kasuta siinkohal tegelikke teaduslikke fakte ajupoolkerade kohta, vaid leiab, et niiviisi on draive lihtsam jagada. Vasak ajupool esindab välist ning parem sisemist tendentsi. Sisemise tendentsi all peab Chou silmas neid tuumikdraive, mis põhinevad loovusel, eneseväljendusel ning sotsiaalsetel dünaamikatel. Väliste tendentsi alla loeb ta aga loogika, analüütilise mõtlemise ning omanduse. Chou väidab, et vasaku ajupoolse draivid toetuvad välistele motivatsioonidele, samas kui parema ajupoolse draivid on seotud sisemise motivatsiooniga. Tegelikult tulemuse toob Chou järgi just sisemine motivatsioon ning väline võib lausa halvasti mõjuda juhul, kui see ühel hetkel ära kaob, mistõttu kasutaja motivatsioon langeb ruttu.

Lisaks jaotab autor tuumikdraivid ka positiivse ning negatiivse tulemuse tunde alusel. Positiivsed tuumikdraivid liigitab ta “valge mütsi” alla (siin on esimene, teine ja kolmas tuumikdraiv) ning negatiivsed “musta mütsi” alla (kuues, seitsmes ja kaheksas). Autor toob siiski välja, et mõlemad “mütsid” on võimelised tekitama tegelikult positiivseid tulemusi, lihtsalt lähenemised on erinevad. Kuigi “valge müts” tundub kõigile meeldivam, siis tegelikult ei õnnestu sinna alla kuuluvate draividega tekitada inimestes pakulist vajadust. Seega tasub mängustamisel kasutada erinevaid tuumikdraive, et erisuguseid ning toimivaid tulemusi saada. (Chou 2015a)

Lisan ka Chou enda loodud joonise (vt joonis 4), millelt on lihtsam mõista, kus asuvad millised tuumikdraivid.



Joonis 4. Octalysis raamistik. (Chou 2015a).

## 2.4. Kriitika

Ian Bogost (2011) on mängustamise populaarseks muutumisest alates üks suuremaid selle kriitikuid. Ta lausa väidab, et mängustamine on jama. Teda otse tsiteerides: “Gamification is Bullshit.” Bogost leiab, et mängustamise ainus eesmärk on tuua kasu neile, kes seda tehnikat kasutavad ning mängustamise suurim põhimõtteline nõmedus on idee, et sellega on lihtne raha teenida mängudisainerite arvelt. Mängustamine kasutab Bogosti arvates mängu (peamiselt on mõeldud arvutimänge), mis tunduvad põnevad meediumid, millegi suure ja ärilise propageerimiseks. Samuti väidab ta, et mängustamise sõna lõpp –istamine – ehk millegi sarnaseks tegemine näitab ära, et mängustamist ei tasu tõsiselt võtta. Põhimõtteliselt paistabki Bogosti arvates mängustamise eesmärgiks olevat raha kergel ja kiirel viisil kättesaamine. Ta toob välja

ka, et mängustamise asemel võiks kasutada hoopis mõistet “ärakasutamisvara” (*exploitationware*), mis võtab tema meelest mängustamise idee suurepäraselt kokku. Samuti leiab Bogost, et mängustamise asemel peaks ning lausa võiks kasutada mängu iseennast, sest see toimiks paremini ning oleks õiglasem. Peamiselt väidab Ian Bogost, et mängustamisel pole mängudisainiga mingit seost ja seetõttu vihastab selline mängude “ärakasutamine” mängudisainereid (Bogost 2011).

Sellele vaidleb vastu Chou, kui ütleb, et häid mängu on vähe ning mängude kasutamine pole mängustamine, ega ka selle ideega seotud. Lihtsalt mängu kasutamine võib osad inimesed hoopis eemale tõugata, sest nad ei näe end kellenagi, kes mängu mängib. (Chou 2015b)

Kriitikud väidavad veel ka, et lihtsalt mänguelementide kasutamine mittemängulistest kontekstides on igav ning tekitab valet saavutustunnet. (Reyes 2014)

Kriitikale vastab aga ka Zichermann, kes väidab, et kriitikud ei tea ise tihti päris täpselt, mida nad räägivad ning seega toovad esile peamiselt läbikukkunud mängustamise näiteid. Zichermanni arvates mängustamine töötab ning seda vajatakse tänapäevases maailmas aina enam, sest peame pidevalt toime tulema häirijate ja müraga. Hästi tehtud ning toimiv mängustamine aga aitab inimestel nende potentsiaali kasutada. (Zichermann 2013)

Suurem osa kriitikast mängustamise kohta tuleb inimestelt, kes kasutavad kas selle väga spetsiifilist kitsast tähendust ja pole tegelikult kursis, millega mängustamine tegeleb või on mängudisainerid, kes leiavad, et mängustamine jätab mängud halba valgusesse. Peamiselt tundub, et kritiseeritakse just mängustamist, kui märgiste ja edetabelite loomist ning seetõttu paistab levivat arvamust, et see lähenemine on liiga lihtne, pealiskaudne ning mõeldud vaid klientide petmiseks.

Kriitikaga arvestades ning mängustamise peale mõeldes tekibki küsimus, kas probleem on mängustamises endas, selle mõistes, või võib midagi valesti olla hoopis selles, kuidas ning millistes kontekstides seda mõistet kasutatakse.

### **3. MÄNG, MÄNGULISUS JA MÄNGUSTAMINE**

Eelmistes peatükkides oli juttu mängust ja mängustamisest ja nende mõistete senisest defineerimisest. Nüüd on oluline need kaks mõistet kokku panna ning vaadelda, kuhu paigutub mängustamine eelnevate mänguteoreetiliste lähenemiste kontekstis. Seejärel on oluline uurida, kuidas ning kas mõiste *gamification* erinevate mängustamise lähenemistega sobib ning kuidas jaguneksid praegu olemasolevad erinevad lähenemised mängustamisest kategooriatesse.

#### **3.1. Huizinga mängutunnused ja mängustamine**

Mängustamist Huizinga mängutunnustega võrreldes võiks välja tuua, et mängustamine on muutunud peamiselt täiskasvanute valdkonnas toimivaks. Laste puhul kasutatakse tavaliselt mänguks tegemist ning mängude enda mängimist õpetamisel ning arendamisel. Täiskasvanute maailm on olnud aga mängimisest rohkem eemaldunud. Tänapäeval on tänu tehnoloogilisele arengule mängud muutunud atraktiivsemaks ka täiskasvanute jaoks. Aina rohkem on täiskasvanute seas inimesi, kes tegelevad vabal ajal arvutimängude mängimisega. Mängustamine pole aga tihedalt seotud vaid arvutimängude ega ka laua- või sportmängudega. Mängustamine paistabki olevat seotud mängu endaga. Kui Huizinga järgi on mängimine inimesele kaasasündinud omadus ja seotud eelkõige inimeste “vaba ajaga”, siis mängustamist võib siduda täiskasvanute “igapäevase eluga”, sest tänapäeval kasutatakse mängustamise elemente ka poodeldes või õppides. Selle lähenemisega võib siduda Huizinga mängu teise formaalne tunnuse ehk mäng on väljaspool tegelikku elu (Huizinga 2003:17). Mängustamine paikneb oma eesmärkidega pigem tegeliku elu sfääris, samas kui mäng ise asub väljaspool. Järelikult



ei saa mängustamist selle tunnuse kaudu mänguks lugeda just seetõttu, et mängustamist kasutatakse mittemängulistel situatsioonides. See lähenemine on iseenesest huvitav, sest kui võttes Huizinga arvamuse mängu tunnustest, mida võib lugeda ka mänguelementideks, siis antud juhul tundub, et mängutunnused on just need asjad, mis mängustamist ja mängu suurel määral eristavad.

Kolmas ning ainus formaalne tunnus, mis tundub olevat sarnane mängustamisel ning Huizinga mängu definitsioonil, on see, et mõlemal on üldiselt ruumilised ning ajalised piirangud (Huizinga 2003:18). Mängustamist kasutatakse samuti mingitel juhtudel, mingites kontekstides ning kindlates “ruumides”. Näiteks sooduskaardid on kehtivaid vaid kindlates poodides. Samuti on tavaliselt mängustamise puhul eesmärgid määratletud ka ajaliselt – saad selleks hetkeks nii palju punkte kokku, siis on võimalik ka nende eest osta (nt Kaubamaja Partnerkaardi punktide kogumine, või Swedbanki punktide kogumise süsteem). Tavaliselt kipuvad ka kõiksugused kampaaniad olema ajaliselt piiratud, või tulemuste saavutamise aeg on piiratud (nt aasta aja jooksul, kuu aja jooksul).

Seega võib öelda, et mängustamist Huizinga vaatepunktiga võrreldes puudub tema poolt välja toodud kolmest mängu põhielemendist mängustamisel kaks. Siiski, võib esineda erinevus arusaamas, mis on *game* ja mis on *play*. Huizinga kasutab peamiselt sõna *play* aga mängustamise ingliskeelses terminis on olulisel kohal just *game*.

### **3.2. Caillois mängukarakteristikad ja mängustamine**

Ka Caillois puhul kattuvad mängu tunnused vaid osaliselt mängustamise tunnustega. Esimene Caillois väljatoodud karakteristik on see, et mängimine pole kohustuslik (Caillois 2001: 9). Tänapäeval võib mängustamine leida aset nii turunduses kui ka näiteks koolis. Juhul kui see on kohustuslikuks tehtud, siis pole võimalik seda vältida. Näiteks õpetaja kasutab laste käitumise kontrollimiseks programmi Class Dojo, mille eesmärgiks on nii lastele kui nende vanematele laste käitumise kohta tagasisidet anda. Hea käitumise eest saadakse punkte ning see peaks motiveerima lapsi tunnis paremini

kuulama. Sellise programmi kasutuselevõtt aga tekitab situatsiooni, kus paratamatult peavad lapsed mängustamise osalema. Samuti võib küll täiskasvanuna loobuda kõigist kliendikaartidest või pangakaartidest, kuid nendeta hakkama saamine on pigem keeruline. Tihti kaasnevad isegi pangakaartidega mängustamisskeemid, nagu punktide kogumine iga sooritatud ostu või kulutatud raha eest.

Samuti nagu Huizinga, nii ka Caillois aravtes peaks mäng omama oma aega ning ruumi (Caillois 2001: 9). Mängustamise puhul, kuigi ta võib jääda kuskile pseudoruumi oma mängu kui niisugusega (seesama virtuaalne ruum, kus tulemused end järjekorda panevad), siis sel hetkel, kui mäng hakkab määravaks saama mingis elulises perspektiivis, nt sa saad oma “mängustamise süsteemis” kogutud punktidega osta omale koju süüa, kaob ära piir reaalse elu ja mängumaaailma vahel.

Mängimine on ebakindel, ehk sellel puudub kindel tulemus (Caillois 2001:10). See tundub olevat mängustamisega sobiv lähenemine, sest ka mängustamise skeemides ei pruugi inimene täpset tulemust teada. Samas paistab mängustamise disaineritel ettekujutus sellest, milline peaks ning võiks tulemus olla, siiski olemas olema.

Kõige suurem erinevus tuleb esile aga teesiga, et mäng ei ole produktiivne, vaid on puhas lõbu (Caillois 2001:10). Mängustamise eesmärk ongi aga just produktiivsust tõsta – kas selle korraldajale ehk firmale, kes mängustamist turunduses kasutab; või õpetajale, kes seda klassiruumis kasutab. Samas on see produktiivne ka nii-öelda mängijatele, kes selles süsteemis sees on. Kinos käies või lennukiga piisavalt lennates on võimalus edaspidi saada pileteid soodsamalt ning see on ka otseselt mingi rikkuse loomine.

Mängustamisel ning mängudel on mõlemal olemas kindlad reeglid, mis on üks tunnus, mis ühendab mängimist ja mängustamist.

Viimase karakteristikuna on Caillois maininud, et mängimine sisaldab endas fantaasiat (Caillois 2001:10). Antud juhul, olenevalt muidugi mängustamise viisist, on fantaasial kindlasti oma koht, samuti on olemas need nii-öelda kujutletavad reaalsused, kus kõiksugune edetabelitesse jaotamine, motiveerimine toimub. Samas ei saa neid vastandada päris elule ning tihti on need reaalsused lausa üheks osaks või vähemalt seotud “päris eluga”. Kuigi mängustamine endas mingit fantaasiat sisaldama peab, pole see täielik ning on ehk liialt palju seotud selle “päris eluga”, millest teda tegelikult eraldada tuleks.

Mängustamine eesmärgiks pole mängu loomine ning mängustatu pole mäng, seda on eriti välja toodud mängustamise definitsioonis. Antud juhul on mängu puhul oluliseks ka selle kontekst. Üheks mängu elemendiks ongi seega see, et sel on oma mänguline kontekst, mille alla kuuluvad kõik Huizinga ning hiljem Caillois lahtiseletatud mängukarakteristikud. Kui neist aga vaid paar seostuvad mängustamisega, siis paistab, et mängustamise eesmärgiks ning ka definitsiooni arenguks võiks olla hoopis mõne mänguelemendi kasutamine mittemängulistes kontekstides.

Lisaks mängude karakteristikutele toob Caillois välja ka mängukategooriad. Järgnevalt on vaatluse all võimalused, kas ning kuidas on võimalik neid kategooriaid mängustamisele allutada. Deterding toob välja, et mängu-uuringutes tehakse mängu ja mängulisuse vahel eristus Caillois *paidia*<sup>3</sup> ja *luduse*<sup>4</sup> kaudu ning määratletakse mängu kindlate reeglisüsteemidega, võistluslikkusega, mis viib kindlate tulemusteni. (Deterding jt. 2011). *Agôni* kategoorias on pearoll võistluslikkusel ning seetõttu võib seda siduda mängustamise raamistikuga MDE, mille puhul võistluslikkus on osa dünaamikast, mis on omakorda üks mängustamise kolmest peamisest osast (Robson jt. 2015). Lisaks MDE raamistikule võib võistluslikkust siduda ka Chou *Octalysis* raamistikuga, mille viies tuumikdraiv on sotsiaalne mõju ja suhestumine. Võistluslikkus on sõltuv sotsiaalsest mõjust, sest selle esinemiseks on vaja tavaliselt rohkem kui ühte inimest. Samas, kui arvestada sellega, et inimene võib ka iseendaga võistelda, siis saaks võistluslikkust võrrelda ka Chou teise tuumikdraivi “arengu ja saavutusega” (Chou 2015a).

Teist mängukategooriat *aleat*, milles oluline osa on juhusel, on mängustamisega keerulisem siduda, sest Robson väidab oma artiklis, et mängustamise elemendid, mille alla kuuluvad ka tulemused, peaks olema teada. Lisaks, et kõige parem mängustamine toimub juhul kui mängustamise disaineritel on teada, kuidas kasutaja neile reageerib. Samas toovad nad juba reeglimehhanika all välja, et mängustamise alla kuuluvad ka ettemääramatud mehhanikad. Neid võib nimetada mehhanikateks, mille puhul tulemused pole kunagi samad. Sellest võib järeldada, et mängustamise puhul peaksid disaineritel olema erinevad lahendused ning tulemused võimalikult hästi läbi mõeldud, et juhuslikkust vähendada selle võrra, et kõikvõimalikest juhustest saaksid toimida vaid

---

<sup>3</sup> Struktureeritud tegevused, selgepiiriliste reeglitega (mängud)

<sup>4</sup> Struktureerimata ja spontaansed tegevused (mängulisus)

disainerile soovitud. Samas, kasutaja ise on aga juhuslikkusega seotud, sest temal pole sugugi võimalik tulemust määratleda. Sellise lähenemise näiteks võiks tuua Coca Cola rakenduse ning turunduskampaania Hong Kongis, mille nimeks on Chok!. Rakenduse idee on selles, et inimesed said selle omale telefoni alla laadida ning iga õhtu kell kümme tuli televiisorist Coca Cola reklaam mille ajal vaatajad pidid avama telefonis vajaliku rakenduse ning seejärel lehvitama/raputama oma telefoni televiisori ees. Raputamise tulemusel oli võimalik võita kõiksuguseid auhindu või soodustusi Coca Cola partneritelt. Lisaks õhtusele reklaamile mängiti videot ka kinodes, Youtube'is ning ka väliruumides, mis tähendas, et rakendust said kasutada inimesed nii palju kui tahtsid. Tulemuseks oli see, et see rakendus jõudis iOSi kohalike rakenduste allalaadimistabelis esimesele kohale ühe päevaga, sai 380 000 allalaadimist ühe kuuga ning kõne all olev Coca Cola reklaam kogus üle 9 miljoni vaataja. (Kuo 2013) See rakendus näitab ettemääramatute mehhaanikate võimekust, ehk tegelikult olid kõik auhinnad rakenduse koostajatele teada, kuid kasutajal endal polnud aimugi, millise auhinna ta sel korral võita võib. Eelnevast võib seega leida, et mängustamist *alea* alla otseselt liigitada ei saa. *Aleat* saab tihedamalt mängustamisega siduda aga Chou seitsmenda tuumikdraiviga “ettearvamatus ja huvi”, mille puhul on oluline teadmatus. Kuigi Chou väidab, et see tuumikdraiv võib olla ka hasartmängusõltuvuse puhul oluline, siis mängustamine vaid juhuslikkuse toel ei toimi.

*Mimicry* on Caillois kolmas mängukategooria, mille peamine eesmärk on mängida kedagi teist. Üldiselt pole mängustamise eesmärgiks tekitada kasutajas soovi oma rolli muuta, kuid olenevalt mängustamise meetodist võivad olla kasutusel näiteks avatarid või tegelased, kelle rolli kasutaja endale haarab. Samas pole see üldiselt füüsiline ümberkehastumine, vaid virtuaalne. Sellise mängustamise näiteks võib tuua ka Chou enda 10 parimas mängustamise turundusnäites mainitud Magnumi mängu *Pleasure Hunt*. (Chou 2013) Magnumi mängu idee on selles, et kontrollides Magnum Naise tegelast tuleb läbi erinevate brändide internetilehekülgede koguda šokolaade. Seejärel saab võrrelda oma tulemust oma sõprade või teiste mängijate tulemusega. Mäng iseenesest on kaasahaarav ning targasti tehtud seetõttu, et lisaks enda brändi reklaamile, pakub see ka võimalust oma partneritel reklaami teha. (Williams 2015) Siinkohal kerkib aga õhku järjekordne küsimus, kas mängu saab ikka mängustamisega ühildada. Zichermann rõhutab, et mängustamine pole kindlasti mängude loomine, mida

eelnevast näitest võiks lugeda. (Zichermann, Cunningham 2011) Deterding ütleb aga, et mängustamine on seotud mängudega ning mängustamine kasutab mänguelemente meelelahutuslike mängude väliselt. (Deterding jt. 2011) Antud juhul esineb segadus eelnevalt mainitud mängu meelelahutuslikul või mittemeelelahutuslikul käsitlusel. Peamiselt paistab, et eelneva mängu meelelahutuslik komponent kuulub mängijale, firma enda jaoks aga on sel üsnagi mittemeelelahutuslik eesmärk, sest ideeks on teha endale ning teistele reklaami, mitte vaid panna inimesi mängima mängu enda pärast. Järelikult võib siinkohal öelda, et mängustamise eristusel kõiksugustest virtuaal- kuid ka tavalistest mängudest ongi nende mittemeelelahutuslik eesmärk justnimelt mängustatud vahendi disainerile, omanikule või pakkujale. Seega võib järeldada, et *mimicry*'l on siiski oma roll mängustamise disainimise puhul, sel juhul kui kasutajale pakutakse temast endast erinevat rolli ning ta võtab selle vastu mängustamise vahendi kasutamisel.

Viimast Caillois mängukategooriat *ilinx*, kus on asetatud olulisele kohale vertigo ehk peapöörituselaadne kogemus, on mängustamise ideega ehk kõige keerulisem siduda. Peamiselt võib nende erinevuseks tuua just selle, et suurem osa mängustamisest toimub pigem virtuaalselt ning selle kaudu on *vertigot* pigem keeruline tekitada.

Seega mängustamine ise ühegi mängukategooria alla täielikult ei sobitu, vaid pigem on see segu mitmest – nagu mitmed mängudki. Peamiselt koosneb mängustamine *agôn*ist, sest võistluslikkus tundub olevat oluline komponent ning veidi vähem *mimycry*'st ja *aleast*.

### **3.3. Lotmani mängu mõiste ja mängustamine**

Lotman kirjutab, et “teaduslik-tunnetuslikke mudeleid kasutava käitumise silmatorkavaks eripäraks on selle käitumise eristatus tavalisest, praktilisest käitumisest” (Lotman 2006: 11). Samas väidab ta, et mängu ei iseloomusta selline eristatus, vaid mängu puhul toimub praktilise ja tingliku esitamine samaaegselt (Samas). Mängustamine kipub üldiselt tunnetuse kahetisuse alla kuuluma ja mida rohkem

mängustamine ise mängu moodi on, seda tugevam on ka kaheplaanelisuse tajumine. Kõiksuguste tavaliste punktisüsteemide või lihtsate edetabelite puhul võib mängustamine kalduda rohkem teaduslik-tunnetuslike mudelite pool. Teatakse, et mingeid punkte kogutakse mingi aja jooksul ning hiljem eraldiolevana kasutatakse neid punkte praktilises elus raha või soodustusena – aga punktide kogumine ja nende kasutamine on justkui eraldatud, sest esimesel juhul kogutakse tinglikke punkte, samas nende kasutamisel on neil samadel punktidel hoopis praktiline roll ja üheaegselt neid kasutada pole tarvilik. Küll võib mängustamise puhul kõike ka kaheplaanelisena kasutada, isegi varasemalt mainitud punktide kogumist, aga selle reaalne kasutamine võib asuda selle tinglikust kasutamisest väljaspool. Muidugi võib see muutuda juhul, kui kasutaja punktide ärakulutamisega näiteks mingisuguse tingliku koha kuskil edetabelis kaotab, sellisel juhul sobib see tõesti rohkem kaheplaanelise lähenemise alla, kuid nii kaua, kui üks element muutub lihtsalt praktiliseks, aga see eristus on olukorraspetsiifiline – näiteks punktid on need juhul kui inimene ostab midagi ning saab need elemendid punktidenä, aga raha on see juhul kui inimene sellega maksab. Samas on aga mängustamisnäited, mis sisaldavad endas rohkem erinevaid mänguelemente, kalduvad aina rohkem mängumudeli poole. Näiteks Nike'i on välja mõelnud oma aktiivsusmonitorile lisaks juurde mängu “*The Zombie Run*”, mille puhul inimene kasutab oma aktiivsusmonitori ning jookseb reaalses elus eesmärgiga end vormis hoida. Mängu kaheplaanelisusele sobivalt aga samal ajal kui inimene reaalses elus niisama sporti teeb, jookseb ta virtuaalses maailmas elavate surnute eest ära.

Lotmani väide, et „mäng on tegelikkuse erilist tüüpi mudel“ millega on seotud „mängu õpetav ja treeniv tähendus“ (Lotman 2006:12) sobitub hästi mitmete mängustamise definitsioonidega.

### **3.4. Mängustamise kategooriad**

Mängustamist on raamatus “Rethinking gamification” kategoriseeritud kahel viisil. Esimene ning kõige laiem kategooria on viis, kuidas mängu ja mängulisi kogemusi võetakse kultuuri osana ning seetõttu meenutavad erinevad rituaalid või tavad

kultuurilistes kontekstides mängu. (Fuchs jt. 2014) Seega need kultuurilised tavad ehk mänguelemendid, kui kasutada Deterdingu mängudefinitsiooni, asetatakse reaalelulistesse kontekstidesse, mis siis ongi tegelikult mänguelementide kasutamine mittemängulistest kontekstides – mingi mitteraalse kasutamine reaalses keskkonnas.

Teisena ning antud töös ka peamise kategooriana vaadeldakse mängustamist kui mängimisega tekkinud võimekuste või meeldivate komponentide kasutamist päriselus, et see oleks motiveerivam ning meeldivam. See kategooria on kitsam kui eelmine, kuid kasutab paljusid erinevaid mänguelemente ning ka inimeste käitumist, et võimekust tõsta. Seega on teises mängustamise kategoorias ka inimese psühholoogia olulisel kohal. Mängustamist kasutatakse selleks, et inimesed saaksid ise oma elu paremaks teha, siia alla kuulub ka eesmärk mitte vaid ennast, vaid ka teisi mõjutada või motiveerida. Näitena võiks selle kategooria alla paigutada mõistatusmängu nimega Foldit (Peckham 2011). Nagu varasemalt mainitud, siis väidetavalt ei saa mängu ennast mängustada, antud juhul aga võiks Foldit-it lugeda mängustamiseks seetõttu, et selle eesmärk ning idee oli reaalelulise probleemi lahendamine. Nimelt töötas programm selle nimel, et leida AIDSiga seotud ensüümi struktuur, mida teadlased seni olid pea viisteist aastat otsinud. Foldit'iga aga suutsid mängus osalejad vajaliku ensüümistruktuuri leida kümne päevaga. Sellest võib järeldada, et ka teaduse mänguliseks ning inimestele kättesaadavaks tegemine võib tuua kiiresti tulemusi. Teist kategooriat saab jagada kahel viisil. Esmalt saab selle jagada kolmeks väärtuseloome kaudu, nagu seda teeb Werbach (2012), mille puhul mängustamine loob väärtust kolmes kategoorias: välises keskkonnas, sisemises keskkonnas ning käitumise muutumises. Väline mängustamine on suunatud organisatsioonist väljapoole ning rakendatakse klientide peal turunduses, müügis ning kliendi kaasamisel. Sisemise mängustamise puhul tegeletakse töötajate motiveerimisega, et produktiivsust tõsta. Käitumise muutmise mängustamist kasutatakse aga kui inimesed vajavad motivatsiooni millegi neile olulise ja väärtusliku tegemiseks. Viimase alla kuuluvad näiteks haridus, sportlikud tegevused või tervis.

Kolmanda kategooriana võib esile tuua mängustamise, mida mõistetakse suures osas just selle mängustamisena, mida turunduses kasutatakse. Nimelt on kõige kitsama mängustamise eesmärk kasutada mingeid kindlaid mänguelemente – märgiseid, punkte, tasemeid, et inimesi motiveerida. Selle kategooria erinevus eelmisest ongi üsna

spetsiifiliste mänguelementide olemasolu. Kui eelmise mängukategooria alla võib lugeda suuremal hulgal elemente ning oluline on ka nende sidumine inimeste endaga ja tema väärtuste või inimlike omadustega, siis viimase kategooria puhul ongi need mingid elemendid ning kui neid juba kasutada – soovitatavalt mitut – võib öelda, et tegu on mängustamisega. Selle kategooria näiteks võib tuua Starbucks'i Rewards süsteemi. Idee oli mängustamist kasutada Starbucks'i kogemuse võimendamiseks ning muidugi saada ka paremaid müügitulemusi. Inimesed saavad My Reward süsteemi registreerida äpi kaudu ning iga kord kui nad ostavad Starbucksist midagi, saavad nad tähti, mis näevad välja nagu kohvitassid. Starbucksil on selles süsteemis ka kolm taset, olenevalt kliendilojaalsusest ning mida tihemini kohvikut külastada, seda kõrgema taseme saab. Kõrgematel tasemed sisaldavad endas ka paremaid hüvesid (Chou 2013).

### **3.5. Mängustamine – *gamification*, *playfication* või midagi muud**

Eesti keeles saab nii *game* kui *play* tõlkida üheselt kui mäng, seega *gamification*'it tõlkida kui mängustamist pole keeruline. Mängustamise alla saaks seega lisada nii mängulised kui ka mängu enda elemendid. Inglise keeles on aga mänguelementide kasutamine mängulistes kontekstides (Deterding jt. 2011) just *gamification*. Samas kui prantsuse keeles tõlgitakse *gamification*'it hoopis kui *ludification*, mida võiks siduda nii Caillois *ludusega* kui ka sõnaga, mis on inglise keeles *ludic* ja prantsuse keeles *ludique*. Caillois *ludus* on reeglustatud mäng, samas kui *ludic* ja *ludique* on mänguline, mis on täiesti vastastikused lähenemised. Samas tähendab inglise keeles *ludification* Merriam-Websteri sõnaraamatus arhailiselt aga hoopis pettuse või mõnitamise akti (*the act of deception or mockery*) (Merriam-Webster 2016).

*Ludification* mõistega seotakse mängulisuse muutumist meie kultuuri üheks keskseks kategooriaks (Fuchs jt. 2014). Sealhulgas võib mängustamist näha ka ühe osana *ludificationist*, mis seega aitab kaasa mängulisuse tekkimisele inimeste individuaalsetes ning kultuurilistes identiteetides (Frissen 2015). Deterdingu mõiste “mänguelementide kasutamine mittemängulistes kontekstides” sobib ka *ludificationi* ideega, sest mänguelemente on niivõrd palju ja millegi mängulisemaks muutmisel

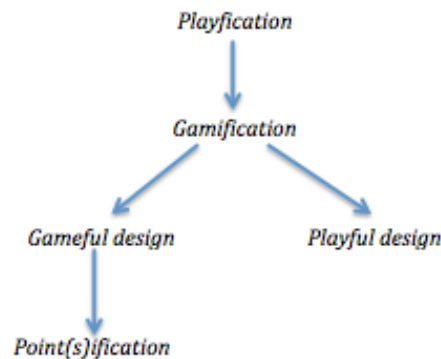


peabki neid elemente kasutama mittemängulistes kontekstides. Juhul kui mängulisi elemente kasutatakse juba mängulistes kontekstides, siis ongi tegemist laiemas mõistes mänguga.

Mäng ja mängustamine ning nende võrdlus viib aga omakorda järeldusele, et tegelikult on keeruline üht teisest täielikult eristada. Mänguelementide kasutamine mittemängulistes kontekstides muudab mängustamise tegelikult ikkagi mänguks, vähemalt osaliselt, sest mängu muudavadki mänguks selle elemendid. Seetõttu võiks vaielda vastu Deterdingu artiklis esitatud arvamusele, et mängustamine on seotud just mängudega, mitte mängimise ega mängulisusega (Deterding jt. 2011), sest teiste autorite teostest on välja tulnud, et mängustamise olulised komponendid on just lõbusad, sõltuvusttekitavad ja meeldivad (Chou 2015a), mis on just mängulisuse olulised osad (Huizinga 2003).

Mängustamist võikski võtta pigem laia mõistena ning selle alla võiks kuuluda nii *gamification*, *ludification* ning äkki lausa *playfication*. *Playfication*ni seotakse mängulise disaini (*playful design*) mõistega. Erinevaid mängustamise teooriaid uurides, aga selgub, et mängustamist ehk *gamification*it kasutataksegi juba väga erinevate kategooriate nimena nagu käesoleva töö kategoriseerimise peatükist välja tuli.

Võttes arvesse aga erinevad lähenemised mängustamisele (*gamification*ile), siis võiks eelmises peatükis välja toodud kategooriad nimetada ümber. Kõike laiema kategooria puhul, mis hõlmab kõiksugust mänguliste elementide kasutamist, võiks seega kasutada kas *ludification*it, mida antud hetkel kasutatakse inglise keeles mängulisuse sissetoomisena kultuuri, või *playfication*it, mida hetkel seostatakse pigem *playful design*niga, eesti keeles võiks sobiv termin olla seega mängulisustamine. *Ludification*ni arvestamine kõige üldisema kategooriana võib tekitada keeleliselt segadust prantsuse keele ja inglise keele puhul, kui neil on ühelaadsed, aga erineva määratlusega tähendused. *Playful design* või *playfication* oleks mängulisust arvestades sobiv tähendus. Kui *playful design* eeldab endas tõesti mingisuguste elementide kasutamist (ehk mänguliste elementide kasutamine disainivõtetena), siis *playfication* liigub pigem eesmärgi poole, milleks on vahendeid valimata millegi mänguliseks tegemine. Sama erinevus tuleb ka *gamification*ni ja *gameful design*ni puhul esile. Nende mõistete omavahelisi seoseid illustreerib järgnev joonis.



Joonis 5. Mängustamise kategoriseerimine

Esimese kategooria (vt joonis 5) võiks nimetada *playfication*iks, et mitte segamini ajada *playful design*iga, sest *playfication*i puhul võiks eeldada, et vahendeid valimata muudetakse kultuuri mänguliseks. Teine kategooria võiks aga jaguneda nimetamisel omakorda kaheks. Mängulisusele tuginedes ning kasutajate emotsioone kõige aluseks tuues (nagu teevad seda kohati Chou ja McGonigall), paistab see lähenemine just mängulisuse elementidele toetuvat, mistõttu esimese poole nimetaks *playful design*iks ning antud juhul just mänguliste kogemuste kasutamine. Idee on mõjutada inimesi lõbusate ja meeldivate komponentidega. Teise poole sellest aga nimetaks *gameful design*iks just seetõttu, et see tegeleb nende piiritlevate, võistluslike ning spetsiifilisemate reeglite ning elementidega (Deterding jt. 2011), mis on võetud tihtipeale mängudisainist. *Gamification*i võiks sättida *playful design*i ja *gameful design*i vihmavarjuterminiks, sest ideeliselt oleks see kõige mõistetavam, kuna suures osas end tänapäeval mängustamiseks nimetatavates rakendustes kasutatakse mõlemaid – nii *playful* kui ka *gameful design*i. Viimase kategooria nimetus, mis antud juhul oleks siis *gameful disaini* üks osasid, oleks *point(s)ification*iks (Sjöklint 2014), mis sisaldab endas siis kõige vähem huvitavaid aspekte mängust nagu näiteks punktisüsteemi (Roth, Schneckenberg, Tsai 2015), edetabeleid ja kõike muud lihtsat, mida tänapäeval just peamiselt mängustamiseks peetakse.

## KOKKUVÕTE

Antud bakalaureusetöö eesmärgiks oli uurida uudse mõiste mängustamine erinevaid kasutamisi viise ja definitsioone et selgitada välja, kuidas need sobituvad mängu kui niisuguse ideega. Seekaudu aga mõista, kuidas mängustamise mõistet ja seda ala on defineeritud ning arutleda, kui spetsiifilise mõistega tegemist on. Uurimisel kasutati Lotmani, Huizinga ja Caillois lähenemisi mängu/mängulisuse mõistele ning mängustamise valdkonnas võeti toetuspunktiks Deterdingu definitsioon. Mängustamise defineerimisel oli oluline roll just *gamification* ning ka *play* ja *game* mõistetel ning nende erinevustel.

Mängustamine, kuigi üsna spetsiifilise definitsiooniga, on selline lähenemine, mille kasutamine ning omadused on jäänud pigem mõistetamatuks. Nimelt kasutatakse seda mõistet erinevate tähendustega lähenemiste kohta, mis oma olemuselt võivad esialgselt definitsioonist kaugel olla. Samas aga kuna see idee – mänguelementide kasutamine mittemängulistest kontekstides (Deterding jt. 2011) – on olnud olemas ammu enne seda, kui mõiste mängustamine tekkis, siis jälgiti ka antud töös, kas mõiste *gamification* sobib sellesse konteksti, milles teda tihti peale kasutatakse.

Mängustamine oma ideena on seega juba aegu näinud protsess, kuid mõiste ise on alles uus. Seetõttu on ka selle kohta erinevaid lähenemisi ning arvamusi, nii akadeemilisi kui mitteakadeemilisi. Mängustamise lähenemiste erisuse tõttu on keeruline täiesti kindlale järeldusele jõuda, milline see kõige õigem termin ning tähendus peaks olema. See on paratamatu, sest mängustamine on küllaltki praktiline lähenemine, mille taga on ka mitmeid teoreetilisi ideid, mis alati omavahel kokku ei sobitu. Nii loetakse mängustamise alla erinevaid rakendusi või lahendusi, mis mingite mängustamise lähenemiste poolest pole õige *gamification*, samas teiste arvates on. Järeldus on seetõttu, et antud hetkel polegi mängustamist võimalik täpselt defineerida ning seda vaid kindlate lähenemiste kohta kasutada, sest selle idee on defineerimise jaoks veel hoomamatu. Kuigi kriitikutel võib olla väga spetsiifiline arusaam, mis on

mängustamine ning miks see võib-olla kahjulik, siis tegelikult toimub mängustamine kultuuris pidevalt.

Töös pakutakse välja, et mängustamine ehk *gamification* ei peaks olema see kõige üldisem nimetus, vaid selleks sobiks paremini *playfication*. Samuti võiks osadel juhtudel kasutada hoopis mõistet *pointsification*, sest see on täpsem ning vaid väikest hulka mängustamise elemente kasutav lähenemine. Üks järeldus on ka, et kui mängustamise alla kuulub nii oluline osa mängudest ja mängudisainist, siis sama oluline komponent peaks olema ka mängulisus, mida varasemalt mängustamisega siduda sugugi ei ole tahetud.

Peamiselt on siiani töödes proovitud mängustamist või selle elemente defineerida või siis seda ideed kasutada. Seetõttu on käesolev töö eelnevatest oma ümberlökkamise komponendiga veidi erinev. Mängustamine on huvitav teema, mille kohta materjali tuleb pidevalt juurde, sest see on ka praegusel hetkel üsna populaarne. Seetõttu oleks huvitav jälgida, mida selle kohta veel kirjutatakse ning mõnes laiaulatuslikumas töös süveneda sügavamalt ka *playful design*, *gameful design*, *playfication* (mida mõistena vist tegelikult veel olemas ei ole) ja *ludification* mõistete omavahelistele seostele. Seejärel saaks võib-olla teha põhjapanevamaid järeldusi antud lähenemise idee ning kasutatava mõiste kokkusobivuse kohta.

## KASUTATUD KIRJANDUS

Armstrong, David. 2013. The New Engagement Game: The Role of Gamification in Scholarly Publishing. *Learned Publishing* 26 (4): 253–56.

Bogost, Ian. 2011. Gamification Is Bullshit. *The Atlantic*, August 9.  
<http://www.theatlantic.com/technology/archive/2011/08/gamification-is-bullshit/243338/>.

Boskic, Natasha; Hu Sharon. 2015. Gamification in Higher Education: How We Changed Roles. *European Conference on Games Based Learning*, 741-748. Academic Conferences International Limited.

Caillois, Roger. 2001. *Man, Play, and Games*. Urbana: University of Illinois Press.

Calvillo Gamez, E. H. 2009. *On the Core Elements of the Experience of Playing Video Games*. Doctoral Thesis. University College London.

Chou, Yu-kai. 2013. Top 10 Marketing Gamification Cases You Won't Forget. *Yu-Kai Chou & Gamification*. August 12. <http://yukaichou.com/gamification-examples/top-10-marketing-gamification-cases-remember/>

— 2015a. *Actionable Gamification: Beyond Points, Badges, and Leaderboards*. Octalysis Media.

— 2015b. What Is Gamification. *Yu-Kai Chou & Gamification*. January 3.  
<http://yukaichou.com/gamification-examples/what-is-gamification/>.

Deterding, Sebastian; Dixon, Dan; Khaled, Rilla; Nacke, Lennart. 2011. From Game Design Elements to Gamefulness: Defining Gamification. *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*, 9–15. ACM..

Frissen, Valerie. 2015. *Playful Identities: The Ludification of Digital Media Cultures*. MediaMatters. Amsterdam: Amsterdam University Press.

- Fuchs, Mathias; Fizek, Sonia; Ruffino, Paolo; Schrape, Niklas. 2014. *Rethinking Gamification*. meson Press by Hybrid Publishing Lab.
- Hamari, Juho; Koivisto, Jonna; Sarsa, Harri. 2014. Does Gamification Work? - A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. *System Sciences (HICCS), 2014 47th Hawaii International Conference*, 3025–3034. IEEE.
- Huizinga, Johan. 2003. *Mängiv Inimene: Kultuuri Mänguelemendi Määratlemise Katse*. Tallinn: Kirjastus Varrak.
- Hunicke, Robin; LeBlanc, Marc; Zubek, Robert. 2004. MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research. *Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI*, 4:1-5.
- Huotari, Kai; Hamari, Juho. 2012. Defining Gamification: A Service Marketing Perspective. *Proceeding of the 16th International Academic MindTrek Conference*, 17–22. ACM..
- Kim, Bohyun. 2015. The Popularity of Gamification in the Mobile and Social Era. *Library Technology Reports* 51 (2): 5-9.
- Kuo, Ivan. 2013. Chok! Coca-Cola's Most Successful Hong Kong Marketing Campaign -GCo. *Gamification Co*. February 21. <http://www.gamification.co/2013/02/21/chok-coca-cola-marketing-campaign/>.
- Lotman, Juri. 2006. Kunst modelleerivate süsteemide reas. — *Kultuurisemiootika: tekst, kirjandus, kultuur*. Tallinn: Olion, 8–28.
- McGonigal, Jane. 2011. *Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*. New York: Penguin Group.
- Moise, Daniel. 2013. Gamification-The New Game in Marketing. *Romanian Journal of Marketing*, 2: 29-33
- Peckham, Matt. 2011. Foldit Gamers Solve AIDS Puzzle That Baffled Scientists for a Decade. *Time*, September 19. <http://techland.time.com/2011/09/19/foldit-gamers-solve-aids-puzzle-that-baffled-scientists-for-decade/>.
- Reyes, Gauri. 2014. What Is Gamification, and Are We Using It Right?. <https://www.mindflash.com/blog/2014/09/what-is-gamification>.
- Robson, Karen; Plangger, Kirk; Kietzmann, Jan H.; McCarthy, Ian; Pitt, Leyland. 2015. Is It All a Game? Understanding the Principles of Gamification. *Business Horizons* 58 (4): 411–20.
- Roth, Steffen; Schneckenberg, Dirk; Tsai, Chia-Wen. 2015. The Ludic Drive as Innovation Driver: Introduction to the Gamification of Innovation. *Creativity and Innovation Management* 24 (2): 300–306.

- Sjöklint, Mimmi. 2014. The Measurable Me: The Influence of Self-Quantification on the Online User's Decision-Making Process. *In Proceedings of the 2014 ACM International Symposium on Wearable Computers: Adjunct Program*. 131–37. ACM Press.
- Sweetser, Penelope; Wyeth, Peta. 2005. GameFlow - A Model for Evaluating Player Enjoyment in Games. *Computers in Entertainment (CIE)* 3 (3): 1–24.
- Williams, Isabel. 2015. Gamification as a Content Marketing Tactic. *Smart Insights*. October 20. <http://www.smartinsights.com/content-management/content-marketing-creative-and-formats/gamification-as-a-content-marketing-tactic/>.
- Zichermann, Gabe. 2013. Gamification: The Hard Truths. *The Huffington Post*. January 23. [http://www.huffingtonpost.com/gabezichermann/gamification\\_b\\_2516376.html](http://www.huffingtonpost.com/gabezichermann/gamification_b_2516376.html).
- Zichermann, Gabe; Cunningham, Christopher. 2011. *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. Beijing [u.a.]: O'Reilly.

## **SUMMARY**

### **Gamification: meaning and use**

This work deals with the question of how do gamification, game and play relate to each other. The game has been studied by different authors, whom mainly agree, but look at different aspects of the game and play. There are currently only two definitions of gamification, from which both are being examined, but Deterdings definition: “Gamification is the use of game design elements in non-game contexts ” (Deterding et al. 2011), will be the one which this thesis will be built on.

The purpose of this thesis is to see whether the term gamification and its definition, as they are primarily used at the moment, do fit together. In addition to that, it is important to analyse different gamification-like methods to try to categorise the approach even further. The thesis uses Huizinga’s, Caillois’s and Lotman’s game and play interpretation and compares them with the gamification approaches of different authors.

Gamification has, as previously mentioned, different approaches, and although it also has a few pretty specific definitions, all the approaches do not fit under said definitions. Therefore gamification is split into different categories of playification, playful design, gamification, gameful design, ludification and pointsification. Previous categories go from wider to narrower and the final category only uses a few gamification techniques.

To sum up, the purpose of this thesis is to understand gamification, see how the term fits with different approaches and how it is interpreted. And the final conclusion is that as game and play have different approaches to them, gamification has it as well. And being such a new term, but at the same time being an old idea, with different approaches, gamification cannot be properly defined.



**Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks**

Mina, Saara Mägin,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose  
*Mängustamine: tähendusväli ja kasutus,*

mille juhendaja on Silvi Salupere,

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Allkiri:

Tartus, **23.05.2016**